

KEWIRAUSAHAAN



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
2013/2014

kegiatan ini terselsaikan berkat upaya penulis dan dukungan
yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk
kewirausahaan ini jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan
saran yang sangat diharapkan dari semua pihak.

Penulis berharap agar kewirausahaan dapat bermanfaat dan berguna bagi
semua. Amin.

Surabaya, 2013

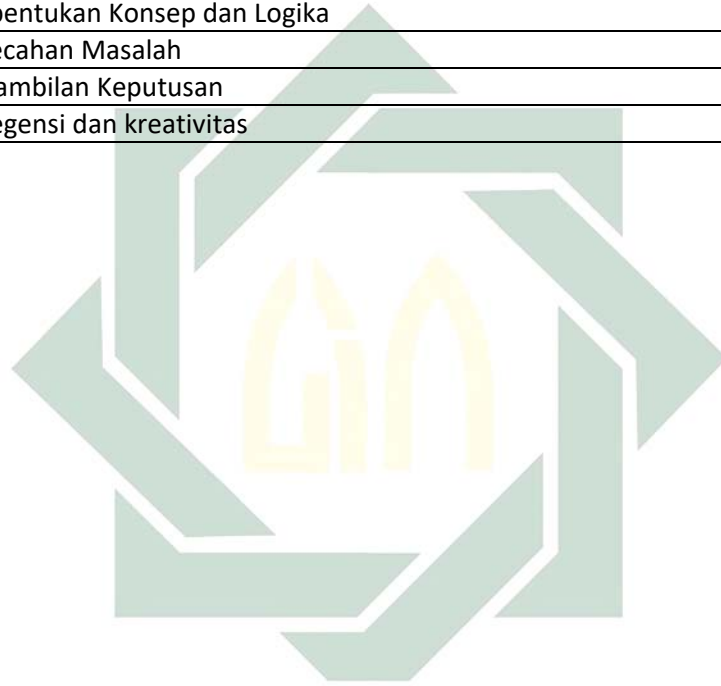
Buku dasar kewirausahaan ini merupakan buku yang berisikan tentang definisi kewirausahaan, peluang dan karakteristik, peluang usaha, aspek pemasaran, aspek dampak lingkungan, aspek organisasi dan manajemen, aspek keuangan, dan aspek teknik presentasi

Harapan, semoga buku daras kewirausahaan dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak kalangan, tidak hanya mahasiswa. Amin.

[illegible]

DAFTAR ISI

Paket 1	Pengertian, Sejarah, dan Metode Penelitian Psikologi Kognitif	1
Paket 2	Sensasi Persepsi dan Atensi	10
Paket 3	Pengenalan Objek	19
Paket 4	Ingatan, Proses, dan Sistem Ingatan	26
Paket 5	Kesadaran	38
Paket 6	Bahasa dan Hubungannya dengan Kognisi Manusia	47
Paket 7	Pembentukan Konsep dan Logika	58
Paket 8	Pemecahan Masalah	64
Paket 9	Pengambilan Keputusan	71
Paket 10	Intelegensi dan kreativitas	79



pendekatan *klasikal* dan *event studies*. Pendekatan bersifat *klasikal* menjelaskan bahwa wirausaha dan ciri-ciri pembawaan atau karakter seseorang yang merupakan pembawaan sejak lahir (*innate*) dan untuk menjadi wirausahawan tidak dapat dipelajari. Sedangkan pendekatan *event studies* menjelaskan bahwa faktor-faktor lingkungan yang menghasilkan wirausaha atau dengan kata lain wirausaha dapat diciptakan.

Sifat wirausahawan merupakan bawaan lahir sebagaimana pendapat pakar yang menggunakan pendekatan *klasikal* sebenarnya sudah lazim diterima sejak lama. Namun, saat ini pengakuan tentang kewirausahaan sebagai suatu disiplin telah mendobrak mitos tersebut dan membenarkan pendapat yang menggunakan pendekatan *event studies*. Seperti juga disiplin-disiplin lainnya, kewirausahaan memiliki suatu pola dan proses.

Terlepas dari kedua pendapat dengan pendekatan yang berbeda tersebut, pendapat yang lebih moderat adalah tidak mempertentangkannya. Menjadi wirausahawan sebenarnya tidaklah cukup hanya karena bakat (dilahirkan) ataupun hanya karena dibentuk. Wirausahawan yang akan berhasil adalah wirausahawan yang memiliki bakat yang selanjutnya dibentuk melalui suatu pendidikan, pelatihan atau bergaul dalam komunitas dunia usaha. Tidak semua orang yang memiliki bakat berwirausaha mampu untuk menjadi wirausahawan tanpa adanya tempaan melalui suatu pendidikan/pelatihan. Kompleksnya permasalahan-permasalahan dunia usaha saat ini, menuntut seseorang yang ingin menjadi wirausahawan tidak cukup bermodalkan bakat saja. Ada orang yang belum menyadari bahwa dia memiliki bakat sebagai wirausahawan, setelah mengikuti pendidikan, pelatihan ataupun bergaul dengan di lingkungan wirausaha pada akhirnya akan menyadari dan mencoba memanfaatkan bakat yang dimilikinya. Olehnya itu, tidak salah jika ada yang berpendapat bahwa bila ingin belajar berwirausaha tidak perlu mengandalkan bakat, namun yang terpenting adalah memiliki kemauan dan motivasi yang kuat untuk mulai belajar berwirausaha.

Motivasi Berwirausaha

Salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah adanya motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai seorang wirausahawan. Apabila seseorang memiliki keyakinan bahwa bisnis yang (akan) digelutinya itu sangat bermakna bagi hidupnya, maka dia akan berjuang lebih keras untuk sukses.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh melalui berwirausaha yang mungkin saja sulit atau bahkan tidak dapat diperoleh jika memilih berkarir atau bekerja pada lembaga/instansi milik orang lain atau pemerintah. Manfaat tersebut terdiri dari manfaat bagi diri sendiri dan bagi masyarakat, sebagaimana yang diuraikan berikut ini:

a. *Memiliki kebebasan untuk mengaktualisasikan potensi diri yang dimiliki*

Banyak wirausahawan yang berhasil mengelola usahanya karena menjadikan keterampilan/hobynya menjadi pekerjaannya. Dengan demikian dalam melaksanakan aktifitas pekerjaannya dengan suka cita tanpa terbebani. Berwirausaha menjadikan diri kita memiliki kebebasan untuk menentukan nasib sendiri dengan menentukan dan mengontrol sendiri keuntungan yang ingin dicapai dengan tanpa batas. Dengan adanya penentuan keuntungan yang akan dicapai, kita juga memiliki kebebasan untuk mengambil tindakan dalam melakukan perubahan-perubahan yang menurut kita penting untuk dapat mencapainya.

b. *Memiliki peluang untuk berperan bagi masyarakat*

Dengan berwirausaha, kita memiliki kesempatan untuk berperan bagi masyarakat. Wirausahawan menciptakan produk (barang dan/atau jasa) yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pemberian pelayanan kepada seluruh masyarakat terutama konsumen yang dilandasi dengan tanggung jawab sosial melalui penciptaan produk yang berkualitas akan berdampak pada adanya pengakuan dan kepercayaan pada masyarakat yang dilayani.

Adanya manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat dalam berwirausaha dapat menjadi motivasi tersendiri bagi kita tergerak untuk mulai berwirausaha. Perlu disadari bahwa pada dasarnya kita bertindak sebagian besar dipengaruhi oleh motivasi, bukan karena terpaksa. Kesuksesan atau ketidaksuksesan seseorang dalam karirnya sangat tergantung dari motivasinya untuk menjalankan karirnya tersebut. Seandainya kita dapat memulai menanamkan dalam hati kita bahwa dengan berwirausaha akan memberikan manfaat bagi diri kita dan masyarakat, serta manfaat-manfaat lain yang akan diperoleh, mungkin kita akan termotivasi untuk memulai berwirausaha. Memperbanyak alasan untuk tidak memulai sebenarnya adalah penghambat bagi kita untuk termotivasi.

Terkait dengan motivasi untuk berwirausaha, setidaknya terdapat enam “tingkat” motivasi berwirausaha dan tentunya masing-masing memiliki indikator kesuksesan yang berbeda-beda, yaitu:

- Umumnya seseorang yang memulai berwirausaha termotivasi untuk mencari nafkah melalui perolehan pendapatan dan untuk memperoleh kekayaan. Motivasi ini tidak salah, namun jika fokus kita berwirausaha hanya untuk mengejar keuntungan dan kekayaan semata, bisa jadi kita akan melakukan apa saja tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip etika untuk mencapai keuntungan dan kekayaan. Kita perlu sepakat bahwa keuntungan dan kekayaan yang dapat kita raih hanyalah merupakan konsekuensi dari kemampuan kita untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada *stakeholders* kita. Inilah alasan yang mendasari motivasi material menempati tingkatan yang terendah.

Kewirausahaan Eksistensial

Dalam mempelajari kewirausahaan, para pembelajar perlu menyadari bahwa keberadaan (eksistensi)nya selalu ditentukan oleh dirinya sendiri. Sebagai manusia dibutuhkan kesadaran akan diri, tahu diri dan tahu menepatkan dirinya baik sebagai pribadi maupun sebagai bagian dari masyarakatnya. Setiap manusia memiliki kebebasan dalam memilih dari berbagai jenis pilihan yang dianggap benar untuk mencapai kesempurnaan

is semata, tapi berlanjut dengan m
nal antar *stakeholders*.

1. Kewirausahaan adalah kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumberdaya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.
2. Motivasi berwirausaha diantaranya *Motivasi material*, mencari nafkah untuk memperoleh pendapatan atau kekayaan, *Motivasi rasional-intelektual*, mengenali peluang dan potensialitas pasar, menggagas produk atau jasa untuk meresponnya, *Motivasi emosional-ekosistemik*, menciptakan nilai tambah serta memelihara kelestarian sumberdaya lingkungan, *Motivasi emosional-sosial*, menjalin hubungan dengan atau melayani kebutuhan sesama manusia, *Motivasi emosional-intrapersonal (psiko-personal)*, aktualisasi jatidiri dan/atau potensi- potensi diri dalam wujud suatu produk atau jasa yang layak pasar, dan *Motivasi spiritual*, mewujudkan dan menyebarkan nilai-nilai transendental, memaknainya sebagai modus beribadah kepada Tuhan.
3. proses pembelajaran kewirausahaan eksistensial ini, diupayakan memberi ruang pilihan yang luas bagi mahasiswa untuk memilih gagasan/ide usaha atau produk sesuai dengan potensi dirinya masing-masing, ibarat di sebuah kafetaria setiap pengunjung dapat memilih makanan dan minuman dengan sistem swalayan sesuai dengan seleranya dan tentunya kemampuan finansial yang dimiliki. Metode pembelajaran dirancang dan diterapkan selaras dengan pembentukan karakter-karakter dan/atau kompetensi wirausaha yang dituju.
4. Setidaknya satu

Latihan

1. Apa yang Anda pahami tentang kewirausahaan eksistensial?
2. Menurut Anda, apakah pembelajaran kewirausahaan hanya diperlukan bagi mereka yang ingin berkarir sebagai wirausahawan? Berikan penjelasan atas jawaban Anda!
3. Setelah Anda membaca materi pembelajaran ini disertai dengan pengetahuan awal mengenai kewirausahaan yang telah ada sebelumnya, maka Anda mengibaratkan (metafor) kewirausahaan sebagai apa? Jelaskan mengapa Anda mengibaratkan demikian!
4. Setelah lulus nanti (sebagai sarjana), Apakah Anda berniat berkarir sebagai wirausahawan? *(mohon dijawab dengan jujur dan beri tanda ✓ pada jawaban yang sesuai)*

☐ Ya, Alasan nya: _____

☐ Ragu-ragu, Alasan nya: _____

☐ Tidak, Saya ingin berkarir sebagai: _____
Alasan nya: _____

5. Apa saja harapan Anda dalam pembelajaran mata kuliah Kewirausahaan-1 terkait dengan dosen/tutor, fasilitas pembelajaran, materi dan metode pembelajaran, proses pembelajaran serta model evaluasi pembelajaran?

REFERENSI

New Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, dan Sheperd, Dean A, 2008. Kewirausahaan,
New York: McGraw-Hill, Penerbit Salemba Empat.
Inpres No. 4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan
dan Membudayakan Kewirausahaan.
Kemitraan UMKM Perlu Waktu. Harian Media Indonesia Kamis 12 Juni 2008/No. 1003/

Wennekers, Sander, and Roy Thurik (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics* 13: 27–55.

Mengenal Potensi Diri

Sebagai seorang manusia biasa sudah pastilah kita memiliki hasrat dan keinginan untuk menunjukkan potensi-potensi diri yang kita miliki. Sebagai bentuk kesyukuran sebagai seorang hamba atas nikmat yang diberikan oleh Tuhan adalah dengan mau belajar memahami segala bentuk karunia yang telah diberikan dan berupaya untuk meraih sukses dengan memanfaatkan potensi yang diberikan. Masih banyak dari kita mungkin tidak dapat mengenal bahwa di dalam diri terdapat potensi yang besar, karena kita tidak mampu memahami siapa diri kita sebenarnya. Cara berpikir yang terlalu sempit terhadap diri sendiri dengan selalu menilai bahwa diri kita sederhana, mungkin saja menjadi salah satu penyebab. Kalimat bahwa saya tidak mampu, saya tidak punya potensi untuk itu, dia bisa karena dia punya segalanya...sedangkan saya, dan kalimat-kalimat yang bernada meremehkan diri sendiri adalah contoh cara berpikir sempit terhadap diri sendiri.

Jika kita ingin mengawali perjalanan hidup menuju kesuksesan, kita harus berani keluar dari cara berpikir yang terlalu sempit. Jangan kita menyangka bahwa seseorang yang mencapai sukses itu diraih dengan gampang, tanpa rintangan dan penuh suka cita. Bisa jadi orang yang sukses tersebut ketika memulai karirnya, kehidupan yang dimiliki lebih memprihatinkan daripada diri kita atau mungkin saja dia memulai karirnya dari kondisi minus, bukan dimulai dari nol.

Bagaimana situasi dan kondisi kekinian diri kita tidak terlepas dari apa yang telah kita lakukan dan terjadi di masa lalu, demikian pula bagaimana kita di masa depan akan ditentukan oleh apa yang kita lakukan di masa kini. Berangkat dari alasan tersebut, maka ada baiknya jika kita mencoba kembali memutar “rekaman” masa lalu kita, yaitu masa sejak lahir hingga dewasa seperti saat ini. Mungkin dengan cara ini, kita akan dapat menarik hikmah atau pelajaran-pelajaran penting dari berbagai pengalaman hidup (suka dan duka) yang pernah dialami di masa lalu. Mengenang kembali masa lalu bukan berarti kita harus larut dengan suka maupun duka yang pernah dialami, tetapi setidaknya dari pengalaman tersebut kita dapat memahami bagaimana diri kita saat ini dan mengapa kita bisa seperti saat ini. Hidup akan terus kita jalani hingga batas akhir yang entah kita tidak tahu waktunya, namun yang pasti kita akan mencapai titik akhir dari kehidupan ini. Demikian halnya dengan akhir kehidupan, apa yang akan terjadi terhadap diri kita di masa yang akan datang segalanya penuh dengan ketidakpastian. Masa lalu yang pernah kita jalani tidak mungkin terulang kembali, tetapi bukan berarti kita harus melupakannya. Bisa jadi apa yang pernah kita alami dapat menjadi pelajaran untuk meniti hidup ke masa depan. Hidup ini ibarat perjalanan dengan mengendarai kendaraan, sesekali kita harus menengok ke belakang (melalui kaca *spion* kendaraan) meskipun kita tetap melaju ke depan. Apa jadinya jika kita mengendarai kendaraan tanpa sesekali memperhatikan ada apa di belakang kita? Meskipun demikian, jangan pula perjalanan hidup menuju ke masa depan kita lakukan dengan selalu melihat ke masa lalu, hidup didominasi oleh masa lalu seakan-akan kita hidup di masa lalu. Apa jadinya pula jika kita mengendarai kendaraan dengan perhatian selalu tertuju ke belakang? Ilustrasi perjalanan berkendara ini seperti apa yang dikatakan oleh Art Linkletter, seorang motivator kelahiran Kanada, bahwa: *“Saya belajar dari kesalahan dan kegagalan saya, tapi setelah itu saya akan meninggalkan mereka di belakang dan menguburnya dalam-dalam, agar mereka tidak bisa menghalangi saya untuk maju di kemudian hari”*.

Sebagai langkah awal untuk memutar “rekaman” masa lalu kita adalah dengan mempertanyakan pada diri kita sendiri dengan pertanyaan “Siapa Aku?”. Pertanyaan ini

Sejak kita lahir, kita dibesarkan oleh keluarga yaitu kedua orang tua kita, ayah dan ibu kita. Namun tidak mustahil juga, ada di antara kita yang tidak dibesarkan oleh orang tua kandung. Siapa pun yang membesarkan dan mendidik kita, merekalah orang tua kita dalam fungsinya sebagai pengasuh dan pendidik kita. Siapa pun mereka, tidak dapat dipungkiri bahwa merekalah yang membesarkan, mengasuh, mendidik dan mempersiapkan diri kita agar suatu saat dapat melepaskan diri sebagai manusia yang dapat menentukan sendiri tindakan dan langkah apa yang dapat dilakukan untuk menuju ke masa depan dan tentunya bertanggung jawab terhadap diri kita sendiri sebagai manusia dewasa. Kedua orang tua kitalah yang pertama kali memberikan pengalaman belajar dan pengalaman hidup kepada kita yang mungkin sebagian dari pengalaman tersebut ternyata berguna sebagai bekal dasar bagi pengembangan karir kewirausahaan yang akan kita pilih. Ketika kita sudah mulai dapat berjalan dan memiliki keberanian untuk keluar dari rumah, bergaul dengan anak-anak tetangga atau teman-teman sebaya kita di sekitar rumah, di saat itulah kita memulai memasuki pendidikan di luar rumah. Di masa-masa inilah kita menjalani suatu proses pendidikan informal. Ketika kita sudah menginjak usia sekolah, kita mulai disekolahkan, mungkin dimulai dari taman bermain atau taman kanak-kanak, selanjutnya ke sekolah dasar, sekolah lanjutan pertama, sekolah lanjutan atas hingga saat ini duduk di bangku perguruan tinggi. Masa pendidikan di sekolah ini merupakan masa pendidikan formal kita. Di saat yang sama, mungkin kita mengikuti berbagai kegiatan ekstra kurikuler, semisal pramuka, palang merah, olah raga, seni dan sebagainya. Saat yang sama pula kita mengalami proses pembelajaran secara non-formal.

Sebagian dari kita mungkin mulai bekerja mencari nafkah setelah lepas dari masa-masa sekolah. Tetapi tidak jarang pula, ada di antara kita yang telah melakoni sebagai pekerja sambil bersekolah atau malah telah mulai bekerja sejak usia dini baik sekadar membantu orang tua atau pun bekerja secara mandiri. Bagi yang telah bekerja sambil bersekolah atau sejak usia dini, masa pengalaman mencari nafkah terjadi bersamaan atau menjadi bagian dari proses asuhan dalam keluarga pendidik maupun proses pendidikan di luar bbrumah. Peristiwa-peristiwa yang dialami dalam masa pengalaman bekerja mencari nafkah ini, bila kita renungkan secara mendalam, kita akan memperoleh hikmah dan lebih memperkuat lagi tekad kita untuk memilih karir sebagai wirausahawan.

keinginan dan mungkin tidak lama lagi akan memasuki masa ini. Barangkali ada baiknya

juga sebelum memasuki masa ini, ada upaya yang kita lakukan untuk membicarakan dan menyepakati jalur karir yang akan ditempuh dengan (calon) pasangan kita.

Pengalaman meniti kehidupan sejak lahir hingga dewasa sebagaimana yang tergambar dari “pemutaran rekaman” masa lalu kita seperti yang telah diuraikan, maka untuk memudahkan menjawab pertanyaan “Siapa Aku?” ada baiknya kita dapat mengungkapkannya dalam periode masa yang dipilah menjadi:

- Masa asuhan dalam keluarga pendidik
- Masa pendidikan di luar rumah
- Masa pengalaman mencari nafkah
- Masa pembentukan keluarga prokreasi

Untuk membantu dalam mengungkapkan pengalaman-pengalaman penting bagi pembentukan diri, beberapa contoh pertanyaan sesuai dengan bagian masa yang hendak diungkapkan disajikan pada Bingkai 1.

Herangkat dari “rekaman” masa lalu sebagai sketsa “wajah” diri kita, ada baiknya untuk kepentingan pembelajaran kewirausahaan perlu pula kita mengenal sketsa “wajah” yang lain, yaitu sketsa “wajah” wirausahawan. Karakter-karakter apa saja yang mutlak dimiliki oleh seorang wirausahaan. Dari sketsa “wajah” wirausahawan tersebut, Anda dapat bercermn dan mencoba menarik kesimpulan menyangkut karakter-karakter wirausahawan mana saja yang dominan yang ada pada diri kita.

Karakter yang dimiliki oleh wirausahawan sukses pada dasarnya merupakan hasil dari perpaduan berbagai aspek potensi diri dan faktor-faktor lingkungan yang terwujud dalam aktualisasi diri dalam bentuk sikap dan perilaku yang menunjukkan bahwa mereka memang memiliki karakter tersebut. Sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik berorientasi pada kemampuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/sukses.

Bingkai 1

Pedoman Pertanyaan Berdasarkan Masa

SIAPA AKU?

1. Masa Asuhan dalam Keluarga Pendidik

- Kapan dan dimana aku lahir?
- Siapa nama lengkapku, nama panggilanku, yang memberikan aku nama dan makna dari namaku?
- Siapa ayahku, siapa ibuku, apa pekerjaannya masing-masing?
- Aku dilahirkan sebagai anak ke berapa, dari berapa orang bersaudara?
- Hal-hal apa atau pengalaman-pengalaman apa yang aku peroleh dari ayah-ibuku atau siapa pun yang mengasuhku yang dinilai menentukan jalan hidupku saat ini dan mengapa demikian?
- Hal-hal apa yang paling aku sukai dari pekerjaan ayah dan/atau pekerjaan ibuku dan mengapa aku menyukainya?

2. Masa Pendidikan di Luar Rumah

- Saat umur berapa aku mulai sekolah di TK, SD, SMP, SMA hingga aku masuk ke perguruan tinggi?
- Apa saja aktifitasku di sekolah selain belajar?
- Lembaga-lembaga lain non-sekolah tempat aku belajar dan saat kapan aku belajar di tempat itu?
- Siapa di antara guru-guru/instruktur/tutorku yang berpengaruh terhadap jalan hidupku, apa pengaruhnya dan mengapa aku berpendapat demikian?
- Hal-hal apa yang paling aku sukai dari pekerjaan ayah dan/atau pekerjaan ibuku dan mengapa aku menyukainya?

3. Masa Pengalaman Mencari Nafkah

- Sejak umur berapa aku bekerja mencari nafkah membantu orang tua, bekerja apa dan berapa lama?
- Jenis-jenis pencarian nafkah apa yang aku alami kemudian dan berapa lama?
- Aktifitas-aktifitas sosial apa yang pernah aku ikuti? Kapan dan di mana?
- Apa manfaat yang dapat aku peroleh dari mengerjakan aktifitas-aktifitas sosial tersebut dan apa hikmah yang dapat aku tarik?
- Diantara berbagai jenis pekerjaan mencari nafkah dan aktifitas sosial yang pernah aku lakukan, yang mana yang memberikan kepuasan terhadap diriku dan mengapa aku berpendapat demikian?

4. Masa Pembentukan Keluarga Prokreasi

- Siapa yang menjadi (calon) istri/suamiku?
- Hal apa yang membuat aku tertarik pada (calon) istri/suamiku tersebut?
- Pengalaman apa yang dapat aku tarik dari pengalaman hidup (calon) istri/suamiku dan sebaliknya pengalaman apa yang dapat ditarik oleh (calon) istri/suamiku dari pengalaman hidupku?
- Dukungan apa yang dapat aku harapkan dari keluarga terhadap pekerjaanku dan sebaliknya dukungan apa yang keluarga harapkan dari pekerjaanku?

Sumber: disadur dan dikembangkan dari Suryana, A.S. dkk (1995)

Karakter Wirausahawan Potensial

Pengertian kewirausahaan yang berbeda-beda oleh para ahli menyebabkan pula beragamnya pendapat terhadap karakter-karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan sukses. Kao (1983) *dalam* Tunggal (2008) menuturkan bahwa terdapat 11 karakteristik seorang wirausahawan, yaitu:

1. Total berkomitmen, menjadi penentu dan melindungi
2. Memiliki dorongan untuk mendapatkan dan bertumbuh.
3. Berorientasi kepada kesempatan dan tujuan.
4. Mempunyai inisiatif dan tanggung jawab personal.
5. Pemecah persoalan secara terus menerus.
6. Memiliki realisme dan dapat berbicara dengan selingan humor.
7. Selalu mencari dan menggunakan umpan balik (*feedback*).
8. Selalu berfokus pada internal.
9. Menghitung dan mencari risiko.
10. Memiliki kebutuhan yang kecil untuk status dan kekuasaan.
11. Memiliki integritas dan reabilitas.

Alma (2007) dalam konteks karakter wirausahawan mengemukakan delapan anak tangga menuju puncak karir berwirausaha yang terdiri atas :

1. (Mau kerja keras (*capacity for hard work*))
2. Bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*)
3. Penampilan yang baik (*good appearance*)
4. Yakin (*self confidence*)
5. Pandai membuat keputusan (*making sound decision*)
6. Mau menambah ilmu pengetahuan (*college education*)
7. Ambisi untuk maju (*ambition drive*)
8. Pandai berkomunikasi (*ability to communicate*)

Sedangkan Gooffrey G. Meredith (2000) mengemukakan ciri dan watak wirausahawan, seperti berikut:

1. *Percaya diri* dengan watak keyakinan, kemandirian, individualitas dan optimisme.
2. *Berorientasikan tugas dan hasil* dengan watak kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
3. *Pengambil resiko* dengan watak memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan.
4. *Kepemimpinan* dengan watak bertingkah laku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, suka terhadap[kritik dan saran yang membangun.
5. *Keorisinilan* dengan watak memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serta bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6. *Berorientasi ke masa depan* dengan watak persepsi dan memiliki cara pandang/cara

pikir yang berorientasi pada masa depan.

7. *Jujur dan tekun* dengan watak memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja.

Kasmir (2007) mengemukakan ciri-ciri wirausahawan yang berhasil, sebagaimana yang diuraikan berikut ini:

1. *Memiliki visi dan tujuan yang jelas.* Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut
2. *Inisiatif dan selalu proaktif.* Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
3. *Berorientasi pada prestasi.* Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.
4. *Berani mengambil risiko.* Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. *Kerja keras.* Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.
6. *Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya,* baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
7. *Komitmen pada berbagai pihak* merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
8. *Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak,* baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan, antara lain kepada : para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Secara sederhana, seorang wirausahawan dapat didefinisikan sebagai orang yang menghasilkan suatu produk (barang/jasa) yang ditujukan bukan untuk digunakan sendiri, melainkan untuk ditawarkan kepada pihak lain yang membutuhkan dan bersedia untuk membelinya dengan tingkat harga tertentu. Dari hasil penjualan tersebut, ia berhasil memperoleh pendapatan untuk nafkah hidupnya serta memperoleh keuntungan untuk mengembangkan usahanya lebih lanjut. Dalam pengertian ini, wirausahawan adalah sebagai peranan sosial yang menjadikan ekonomi suatu komunitas dapat berputar. Ukuran-ukuran lain dari kesuksesan seorang wirausahawan adalah keberlanjutan hidup perusahaannya, penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat bangsanya, meningkatkan kesejahteraan karyawan-karyawannya, peningkatan kualitas hidup para pemakai produknya, serta perbaikan mutu lingkungan dari lokasi usahanya.

Berdasarkan pendefinisian wirausahawan secara sederhana tersebut, dengan tanpa

1. *Percaya diri*

2. Berani Mengambil Resiko

3. Kreatif-Inovatif

4. Berorientasi Tugas dan Hasil

[illegible]

No	Karakter Wirausahawan Potensial	Kesesuaian (beri tanda✓ pada pilihan yang sesuai)				
		Sama sekali Tidak Sesuai	Kurang Sesuai	Mungkin Sesuai	Sesuai	Sangat Sesuai
1.	Percaya Diri					
2.	Berorientasi Tugas dan Hasil					
3.	Pengambil Resiko yang Wajar					
4.	Kepemimpinan					
5.	Keorisinilan					
6.	Kesadaran arus waktu					

Selanjutnya, ungkapkan bukti-bukti yang berasal dari berbagai pengalaman hidup Anda yang mendukung bahwa memang Anda memiliki karakter tersebut!

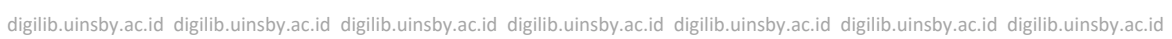
3. Menginventarisasi hobby/keterampilan serta penggunaannya

Mungkin Anda memiliki beberapa hobby/keterampilan, namun hingga saat ini Anda belum memanfaatkannya sehingga Anda belum merasakan hasil yang dapat Anda peroleh dari hobby/keterampilan tersebut. Anda diminta untuk menginventarisir hobby/keterampilan, bagaimana penggunaannya, serta hasil yang telah Anda peroleh dan menuliskannya pada matriks berikut.

[illegible]

4. Menyusun Neraca Pribadi

Kekayaan Anda terdiri dari harta serta kewajiban (hutang) yang Anda harus penuhi. Untuk mengetahui sampai seberapa besar harta dan kewajiban Anda. Untuk itu, Anda diminta mengisi matriks neraca pribadi berikut sesuai dengan kenyataan yang Anda ketahui (bila perlu Anda dapat menghubungi keluarga/orang tua Anda untuk memperoleh informasi terkait dengan analisis neraca pribadi Anda).



alam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk meningkatkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media diskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang

Fokus perkuliahan ini adalah tentang analisis potensi diri dan karakter wirausahawan potensial. Dalam paket 2 ini, mahasiswa akan memahami potensi dan karakter wirausahawan potensial. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 3 ini diharapkan dapat mengidentifikasi peluang usaha.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah diharapkan mampu mengidentifikasi peluang-peluang usaha potensial yang ada disekitar lingkungannya dan menetapkan gagasan usaha/produk yang dapat meningkatkan kualitas hidup sesama manusia

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

- ## Waktu

Materi Pokok

- ## Kegiatan Perkuliahan

1. Brainstorming dengan hasil review dari mahasiswa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok

- ### ***Kegiatan Penutup(10 Menit)***

- ## Kegiatan Tindak Lanjut

- ## Lembar Kegiatan

Tujuan

Bahan dan Alat

Langkah Kegiatan

- ## Uraian Materi

sering dikenal dengan analisis *SWOT*. Bukan tidak mungkin, setelah melakukan langkah analisis ini, kita akan menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang menjadi prioritas kedua atau ketiga dari hasil analisis sebelumnya.


Adanya perbedaan seseorang mampu melihat dan memanfaatkan peluang dibandingkan dengan orang lain secara umum disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan dalam mengakses informasi terkait dengan keberadaan peluang tersebut. Kemampuan ini sangat terkait dengan potensi diri yang dimiliki yang mungkin telah ada sejak lahir dan dibentuk berdasarkan pengalaman hidup yang telah dijalani.

Semoga dengan materi pembelajaran ini, kita sebagai pembelajar dapat menghasilkan satu gagasan usaha yang benar-benar sesuai dengan potensi diri yang dimiliki dan tentunya memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan. Hasil dari pembelajaran ini, selanjutnya dijadikan dasar untuk pembelajaran berikutnya, yakni menyusun rancangan usaha dari berbagai aspek yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya.

Untuk mengevaluasi sampai sejauh mana Anda memahami pembelajaran dan tercapainya sasaran pembelajaran ini, maka berikut ini Anda diminta untuk melakukan analisis peluang-peluang usaha.

Anda diminta untuk mengidentifikasi berbagai jenis produk (barang dan jasa) yang menurut Anda sesuai dengan potensi diri dan memiliki prospek yang cerah di masa kini dan masa yang akan datang. Tuliskan hasil identifikasi Anda tersebut pada matriks

ha:



ha:



.....

...

.....

...

.....

...

.....

...

.....
...
.....
...
.....
...
.....
...

usaha yang diprioritaskan untuk diwujudkan. Gunakan format berikut untuk melakukan analisis KLPA.

Gagasan Usaha 1 :

Kekuatan			Kelemahan		
		Bobot			Bobot
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
Total		Total	
Peluang			Ancaman		
		Bobot			Bobot
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
Total		Total	

KLPA Gagasan Usaha 1 = (K+P) – (L+A) = (..... +) – (..... +)
= (....) – (....) =
.....

Gagasan Usaha 2 :

Kekuatan			Kelemahan		
		Bobot			Bobot
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
	Total		Total

APEK INTERNAL

Peluang			Ancaman		
		Bobot			Bobot
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
	Total		Total

APEK EKSTERNAL

- Jenis produk :
- Fungsi, kegunaan, dan manfaat :
- Ditujukan untuk konsumen :

b. Apa yang khas dari produk Anda, jika dibandingkan dengan produk yang sama yang dihasilkan oleh pesaing Anda di pasaran?

...
...
...
...
..



c. Menurut perkiraan Anda, apakah produk tersebut dapat bersaing di pasaran?
(kemukakan alasannya):

[illegible]

d. Aspek kualitas apa yang akan Anda tawarkan kepada konsumen?

Fisik :

Harga :

.....

.....

Pelayanan :

.....

$$\vdots$$
$$\vdots$$

Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi
Studi tentang Perilaku Masyarakat dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan
 Penelitian dan Pengkajian Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia
 Konrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

- [illegible]

Aspek Pemasaran

Fokus perkuliahan ini adalah tentang bagaimana merancang strategi untuk dapat dilakukan proses pemasaran produk yang telah dihasilkan. Dalam paket 4 ini, mahasiswa akan memahami strategi dalam merancang sebuah pemasaran. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 4 ini diharapkan dapat membuat rencana strategis untuk dapat memasarkan produk.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Mahasiswa mampu merancang strategi pemasaran dari gagasan produk yang telah dihasilkan pada pembelajaran sebelumnya.

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Membuat rencana strategi pemasaran
2. Memahami fungsi dan strategi pemasaran

2x50

1. Identifikasi peluang usaha
2. Identifikasi gagasan usaha

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Brainstorming dengan hasil review dari mahasiswa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motivasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

pemasaran ini, aktivitas pertukaran merupakan hal sentral, olehnya itu secara sederhana, Soekartawi (1993) mendefenisikan pemasaran sebagai aliran barang dari produsen ke konsumen. Dalam pengaliran barang tersebut tentunya bertujuan untuk memuaskan konsumen, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sukotjo (1991) yang mendefenisikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari suatu kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan pembeli/konsumen.

Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual (Swastha, 1996).

Pemasaran memiliki konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Olehnya itu, Assauri (1996) mengemukakan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang atau jasa dengan sejumlah nilai keberbagai macam kelompok sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Definisi yang sesuai dengan tujuan tersebut sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (1997) bahwa pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai di dalam pasar.

Proses pemasaran merupakan kelanjutan dari proses produksi yang bertujuan agar apa yang telah diinvestasikan dalam kegiatan produksi dapat diperoleh kembali dengan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan sebagai imbalan investasi yang telah dilakukan.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai faktor kunci dalam pemasaran sangatlah tepat karena saat ini pemasaran sebuah produk akan diperhadapkan pada tingkat persaingan yang sangat ketat. Olehnya itu Gitisudarmo (2000) mengemukakan bahwa konsep pemasaran terbaru saat ini adalah konsep yang berorientasi pada persaingan, dimana pengusaha berpikir untuk memperoleh persaingan yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam melayani konsumen. Konsep ini tidak hanya menekankan untuk melayani konsumen sebaik-baiknya, namun harus pula berusaha untuk tampil meyakinkan dan memuaskan di mata konsumen dibandingkan dengan pesaing.

Berangkat dari apa yang telah diuraikan, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Atau dengan kata lain mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen yang berkenaan dengan produk, kinerja serta kualitas adalah tahap pertama yang sangat penting dari kegiatan pemasaran.

Tugas, Fungsi dan Orientasi Pemasaran

Secara teoritis pemasaran mempunyai 9 (sembilan) fungsi, yang dapat diuraikan, sebagai berikut:

a. Fungsi perdagangan (*merchandising*)

Perencanaan yang berkenaan dengan pemasaran produk (barang dan/atau jasa) yang tepat, dalam jumlah yang tepat, serta harga yang selaras, termasuk di dalamnya faktor-faktor lain seperti bentuk, ukuran, kemasan dan sebagainya.

b. Fungsi Pembelian (*buying*)

Peranan perusahaan dalam pengadaan bahan sesuai dengan kebutuhannya. c.

Fungsi Penjualan (*selling*)

d. Fungsi Transportasi (*transportation*)

e. Fungsi Pergudangan (*storage*)

f. Fungsi Standarisasi (*standardization*)

g. Fungsi Keuangan (*financing*)

h. Fungsi Komunikasi (*communication*)

i. Fungsi Resiko (*risk*)

Sesuai dengan fungsi sebagaimana telah diungkapkan, maka pemasaran memiliki 8 (delapan) tugas, yaitu:

a. Mengubah orang yang tidak suka terhadap suatu produk menjadi suka (*conversional marketing*).

b. Mendorong kebutuhan orang yang tidak berminat atau mengetahui (*stimulational marketing*).

c. Mengembangkan pemenuhan kebutuhan yang belum terpenuhi (*developmental marketing*).

d. Mengaktifkan keinginan atas produk yang stabil atau permintaan terhadap produk yang menurun (*remarketing*).

e. Menyelaraskan pola permintaan agar sesuai dengan pola penawaran (*synchronmarketing*).

f. Memelihara tingkat penjualan yang sudah ada terhadap suatu produk (*maintenance marketing*).

g. Mengurangi tingkat penjualan yang sudah ada terhadap suatu produk tertentu (*demarketing*).

h. Merintangi permintaan atau keinginan terhadap suatu produk tertentu (*counter marketing*).

Orientasi terhadap pasar berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Tergantung konsep yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya. Hal ini merupakan falsafah yang mendasari usaha pemasaran perusahaan terkait dengan bobot relatif antara kepentingan perusahaan sendiri, konsumen dan masyarakat umum. Kotler (1997) mengemukakan bahwa terdapat 5 (lima) konsep yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya, yaitu:

a. *Konsep Produksi* yang merupakan salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia di banyak tempat dan ditawarkan dengan harga yang murah. Asumsi ini berlaku paling tidak dalam dua situasi.

- b. *Konsep Produk* yang menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Dengan konsep ini, perusahaan memusatkan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakannya.
- c. *Konsep Penjualan* yang menyatakan bahwa konsumen jika diabaikan, biasanya tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah yang cukup. Olehnya itu, perusahaan harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif.
- d. *Konsep Pemasaran* merupakan konsep yang menentang tiga konsep sebelumnya. Konsep ini menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pasar sasaran.
- e. *Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial* merupakan perluasan dari konsep pemasaran. Konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep ini mengajak para pemasar membangun pertimbangan sosial dan etika dalam praktek pemasaran mereka, karena sering terjadi konflik kepentingan antara kepentingan untuk meningkatkan laba perusahaan, kepentingan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, serta perhatian kepada kepentingan publik.

Sasaran pemasaran yang dimaksud adalah terkait dengan apa yang akan dicapai dalam kegiatan pemasaran. Umumnya perusahaan dalam menjalankan aktifitas pemasarannya memiliki sasaran yang tidak hanya satu, melainkan terdiri dari bauran berbagai sasaran, misalnya jumlah peningkatan keuntungan, volume penjualan dan pangsa pasar yang akan dituju serta pembatasan resiko dan kerugian.

a. Sasaran harus diurutkan secara hierarkis, dari yang paling penting hingga ke sasaran yang kurang penting untuk dicapai. Sebagai contoh, sasaran utama perusahaan dalam suatu periode tertentu adalah peningkatan tingkat pengembalian investasi. Hal ini dapat dicapai dengan peningkatan pendapatan dan/atau pengurangan jumlah modal yang diinvestasikan.

b. Sasaran sedapat mungkin harus dinyatakan secara kuantitatif, misalnya peningkatan pendapatan sebesar 25% per tahun atau peningkatan volume penjualan sebanyak 15 ton per bulan.

harus menjadi bahan pertimbangan. Tentunya harus dilengkapi dengan data dan fakta sebagai dasarnya.

d. Sasaran harus konsisten, sebagai contoh tidak mungkin memaksimalkan penjualan dan laba

secara serentak, tentunya laba hanya dapat ditingkatkan apabila telah mampu meningkatkan penjualan.

Sasaran pemasaran sebagaimana yang telah dikemukakan menunjukkan apa yang ingin dicapai perusahaan dalam hal pemasaran produknya, sedangkan untuk mencapainya dibutuhkan rencana yang disebut strategi pemasaran. Meskipun banyak strategi yang dapat dilakukan dalam pemasaran, namun Michael Porter *dalam* Kotler (1997) telah merangkumnya menjadi tiga jenis umum yang memberikan awal yang baik untuk pemikiran strategis, yaitu:

- a. *Keunggulan biaya secara keseluruhan*, perusahaan berupaya untuk mencapai biaya produksi dan distribusi yang terendah, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen lebih rendah dibandingkan dengan pesaing dan memperoleh pangsa pasar yang besar.
- b. *Diferensiasi*, upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang dinilai penting oleh sebagian besar pasar. Perusahaan harus menjadi yang terbaik dalam hal kualitas, pelayanan, gaya teknologi dan sebagainya atau memiliki kekuatan yang memberikan keunggulan kompetitif dalam satu atau lebih manfaat.
- c. *Fokus*, upaya perusahaan untuk memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar. Perusahaan harus memahami kebutuhan segmen pasarnya dan berupaya mencapai keunggulan biaya atau diferensiasi lainnya dalam segmen pasar yang menjadi sasarannya.

Segmentasi, Target dan Posisi Pasar

Di pasar terdapat banyak konsumen yang berbeda-beda dalam banyak hal. Tidak semua konsumen dapat kita jangkau dan penuhi kebutuhan serta keinginannya. Misalnya, kebutuhan konsumen anak-anak mungkin berbeda dengan kebutuhan orang dewasa, demikian juga kebutuhan konsumen yang berpendapatan kecil berbeda dengan kebutuhan konsumen yang berpendapatan tinggi. Di sini kita sebagai wirausahawan diperhadapkan pada bagaimana menciptakan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Kita mungkin perlu bertanya kepada siapa produk akan dijual? Apakah kepada semua orang ? apakah konsumen anak-anak atau dewasa? Dari mana konsumen berasal? Berapa daya beli atau penghasilan mereka? dan berbagai pertanyaan yang terkait dengan karakteristik konsumen yang akan kita tuju.

Itulah sebabnya dibutuhkan adanya segmentasi pasar yang menurut Swasta (1996) diartikan sebagai kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Segmentasi utama pasar konsumen dapat dibagi menjadi:

- Segmentasi Geografis* yang dapat dikelompokkan menjadi segmen wilayah (di wilayah mana produk akan dijual?) dan segmen daerah (apakah kita akan memasarkan di daerah perdesaan atau perkotaan?).
- Segmentasi Demografis* merupakan pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, agama, pendapatan, kelas sosial dan sebagainya.
- Segmentasi Psikografis* yang meliputi pengelompokan konsumen berdasarkan gaya hidup, kepribadian dan sebagainya.
- Segmentasi Perilaku* merupakan pengelompokan konsumen berdasarkan status pemakai, tingkat pemakaian, kesetiaan, sikap dan sebagainya.

Tidak semua segmen pasar yang ada efektif bagi suatu perusahaan. Segmen pasar yang baik, setidaknya memiliki ciri: dapat diukur derajat atau kemampuan membelinya, perusahaan mampu untuk mencapainya, jumlahnya cukup besar dan tentunya menguntungkan bagi

Setelah menentukan segmen pasar yang diinginkan, selanjutnya perlu ditetapkan berapa banyak dan segmen yang mana yang akan dibidik sebagai target pasar perusahaan. Dalam menggarap target pasar, terdapat lima pola yang dapat dipilih, yaitu:

- Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.

- Pemimpin pasar biasanya memiliki pangsa pasar yang besar dan posisi ini dapat dipertahankan dengan cara:

- Perusahaan penantang pasar (*market challenger*)

Perusahaan yang tergolong penantang pasar adalah perusahaan yang memutuskan untuk melakukan konfrontasi langsung dengan pemimpin pasar dan lainnya dalam upaya untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Upaya peningkatan pangsa pasar dapat dilakukan dengan cara:

- Menyerang langsung para pesaingnya
- Memanfaatkan daerah-daerah dimana para pesaingnya lemah
- Merebut pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan lain yang lebih kecil

Untuk meraih kesuksesan, perusahaan penantang pasar biasanya harus mengembangkan lebih dari satu taktik, seperti: menghasilkan produk yang lebih rendah kualitasnya dengan harga yang lebih murah, melakukan potongan harga, memproduksi

1. Sasaran dan Strategi Pemasaran

Ini dimaksudkan untuk merancang pangsa pasar yang akan dituju, prediksi permintaan untuk menentukan volume penjualan, serta bagaimana Anda menyusun strategi yang menyangkut segmen konsumen dan posisi produk Anda dibandingkan dengan pesaing yang ada di wilayah pasar. Hasil analisis tersebut Anda dapat tuangkan ke dalam format pertanyaan berikut.

a. Di mana Anda akan memasarkan produk?

Antar-Propinsi (sebutkan propinsi apa saja dan apa alasan Anda memilih daerah pasar tersebut)

Propinsi:

Alasannya:.....

Antar-Kabupaten/Kota dalam Propinsi (sebutkan *Kabupaten/Kota apa saja dan apa alasan Anda memilih daerah pasar tersebut*)

Kabupaten/Kota:

Alasannya:.....

Antar-Kecamatan dalam Kabupaten/Kota (*sebutkan Kecamatan apa saja dan apa alasan Anda memilih daerah pasar tersebut*)

Kecamatan :

Alasannya:.....

b. Siapa saja yang akan menjadi konsumen Anda, dan darimana mereka berasal (*sesuai pertanyaan point a*), serta bagaimana karakteristik/Ciri-ciri mereka?

- zas-Azas Marketing, Edisi 3. Liberty, Yogyakarta.

5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Definisi Produksi

Berbagai literatur tentang produksi mendefinisikan produksi dengan gaya pengungkapan yang berbeda-beda. Istilah produksi sering digunakan dalam suatu organisasi untuk menghasilkan suatu keluaran atau output, baik berupa barang maupun jasa. Produksi dari sudut pandang kegiatan penciptaan produk seperti yang dikemukakan oleh Assauri (1993) bahwa produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa. Demikian pula definisi yang dikemukakan oleh Reksohadiprojo dan Gitosudarmo (2003) bahwa produksi adalah kegiatan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa sesuai dengan kehendak konsumen dalam hal jumlah, kualitas, harga serta waktu.

Produksi tidak hanya menciptakan produk sebagai keluaran (*output*), namun juga menggunakan berbagai faktor produksi sebagai masukan (*input*). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Prawirosentono (1997) bahwa produksi adalah membuat atau menghasilkan produksi suatu barang dari berbagai bahan lain. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Sofyan (1999) bahwa produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan menjadi keluaran atau dengan pengertian bahwa produksi mencakup setiap proses yang mengubah masukan menjadi keluaran yang berupa barang dan jasa.

Produksi sebagai suatu proses, diartikan sebagai cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan atau suatu kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*Utility*) suatu barang dan jasa. Ahyari (1990) mengemukakan bahwa proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Melihat berbagai definisi yang telah diungkapkan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa proses produksi dalam konteks kewirausahaan adalah merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana, agar menghasilkan produk yang dibutuhkan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Kebutuhan Proses Produksi

Sebelum melaksanakan proses produksi terlebih dahulu perlu dirancang kebutuhan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam menghasilkan produk, sarana dan prasarana inilah yang sering disebut sebagai input produksi yang meliputi bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya (uang).

a. Bahan Baku

Dalam menyusun kebutuhan bahan baku untuk digunakan dalam proses produksi harus mengacu pada karakteristik produk yang akan dihasilkan. Misalnya saja, jika berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap pasar produk yang akan dihasilkan, konsumen menginginkan produk yang rasanya manis dan berwarna merah, tentunya bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi adalah gula dan pewarna merah. Dengan demikian, kualitas produk yang akan dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen, sangat ditentukan oleh kualitas bahan baku yang digunakan. Ini yang menjadi alasan mengapa perusahaan perlu melakukan penanganan bahan baku, terutama dalam mengendalikan kualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Pengendalian dalam pengadaan bahan baku terutama pada perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan hasil-hasil pertanian primer sebagai bahan bakunya sangat penting untuk dilakukan,

nya, namun sebelumnya perlu dipertimbangkan apakah mengolah lebih menguntungkan dibandingkan dengan pengolahan pabrik/perusahaan lain.

Yang relatif murah bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi sedapat mungkin murah. Dalam artian bahwa bahan baku yang dibutuhkan harganya murah dan berlaku di pasaran secara umum. Konsekuensi dari tingkat harga bahan baku yang rendah pada tingkat biaya produksi yang rendah dan pada akhirnya harga jual produk yang rendah dibandingkan dengan pesaing.

Salah satu hal yang telah dikemukakan bahwa salah satu hal yang penting dalam pengadaan bahan baku adalah kemudahan dalam memperoleh bahan baku. Hal ini berarti bahwa penentuan sumber (pemasok) bahan tersebut menjadi hal yang penting. Sumber bahan akan berpengaruh terhadap biaya pengangkutan dan biaya produksi. Pengaruh pula pada biaya produksi dan harga jual produk. Semakin

d. Harga yang relatif murah

Bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi sedapat mungkin juga harus relatif murah. Dalam artian bahwa bahan baku yang dibutuhkan harganya tidak melebihi harga yang berlaku di pasaran secara umum. Konsekuensi dari tingkat harga bahan baku yang murah tentunya pada tingkat biaya produksi yang rendah dan pada akhirnya harga jual dapat lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

Sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengadaan bahan baku adalah kemudahan dalam perolehannya. Hal ini berarti bahwa penentuan sumber (pemasok) bahan tersebut menjadi hal yang penting untuk dipikirkan. Sumber bahan akan berpengaruh terhadap biaya pengangkutan dan pada akhirnya akan berpengaruh pula pada biaya produksi dan harga jual produk. Semakin dekat sumber bahan akan semakin baik. Namun apabila dalam keadaan tertentu, sumber bahan berada jauh dari lokasi, tentunya harus mencari alternatif lain agar dapat menekan biaya, seperti membeli dalam jumlah yang besar untuk memotong intensitas pembelian tetapi dengan syarat bahan tersebut dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama tanpa mengurangi kualitas.

Perlu diingat bahwa persaingan juga terdapat dalam pembelian bahan baku. Perusahaan tidak hanya sendiri sebagai pengguna bahan baku tertentu, ada pula perusahaan lain yang memproduksi produk yang sama atau berbahan baku yang sama. Dalam menghadapi persaingan memperoleh bahan baku yang dibutuhkan agar ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan dapat terjamin baik kuantitas, kualitas maupun kuantitasnya, perusahaan dituntut untuk mencari sumber bahan baku yang dapat diandalkan. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menjamin ketersediaan bahan baku adalah mengembangkan hubungan baik dengan pemasok dengan senantiasa menjalin komunikasi yang intensif. Pengenalan terhadap pemasok secara pribadi akan dapat membantu perolehan bahan yang dibutuhkan di saat-saat kondisi ketersediaan bahan dalam kekurangan. Hubungan baik dengan pemasok perlu pula senantiasa dipelihara, karena pemasok bahan juga dapat menjadi sumber informasi penting mengenai pesaing (yang juga memasok bahan dari pemasok), harga, perkembangan desain produk, teknologi dan sebagainya. Jika perusahaan kekurangan dana untuk pengadaan bahan baku, hubungan yang telah dijalin dapat membantu pembelian dengan sistem kredit yang mungkin tanpa batas.

Dalam pengadaan bahan baku perlu pula diusahakan menetapkan dua atau lebih pemasok untuk setiap bahan yang dibutuhkan. Selain untuk menjamin ketersediaan, ada kecenderungan pemasok akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan tingkat harga yang sesuai kepada perusahaan, karena mereka tahu bahwa perusahaan tidak hanya membeli bahan dari satu pemasok. Diantara pemasok juga terdapat persaingan dalam merebut pelanggan, dan tentunya mereka juga ingin unggul dalam persaingan dengan memberikan pelayanan yang

- *Tenaga kerja tidak tetap* adalah tenaga kerja yang tidak memiliki hak dan kewajiban secara teratur, umumnya mereka akan kehilangan hak tertentu apabila tidak bekerja.
- *Tenaga kerja borongan* adalah tenaga kerja yang menjalankan pekerjaan tertentu atas perjanjian dengan ketentuan yang jelas mengenai volume, waktu dan harga pekerjaan.

2. *Tenaga kerja keluarga*

Merupakan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan keluarga yang umumnya dalam melaksanakan pekerjaannya tidak diupah. Tenaga kerja jenis ini banyak digunakan pada perusahaan-perusahaan kecil atau perusahaan yang masih berskala usaha rumah tangga. Umumnya tenaga kerja keluarga bekerja hanya sebatas tanggung jawab dalam membantu keluarga. Namun banyak juga dijumpai anggota keluarga yang bekerja di perusahaan mendapat upah, meskipun upah yang diberikan tidak sama dengan tenaga kerja yang bukan anggota keluarga.

Kebutuhan tenaga kerja yang memiliki kemampuan, pengetahuan dan keahlian yang kompeten adalah kebutuhan yang fundamental bagi perusahaan. Kebutuhan ini akan selalu berubah sejalan dengan perubahan kebutuhan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan senantiasa dituntut untuk selalu mencari, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangannya. Hal yang mungkin perlu diantisipasi adalah munculnya berbagai kendala yang pada dasarnya disebabkan oleh 1) Belum adanya standar kemampuan tenaga kerja karena informasi menyangkut kemampuan tenaga kerja hanya berdasarkan prediksi yang umumnya bersifat subjektif, 2) Tenaga kerja adalah manusia yang tidak dapat diperlakukan secara mekanistik seperti mesin yang dapat diatur semauanya dan 3) ketersediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan sangat terbatas.

Itulah sebabnya perusahaan perlu melakukan perencanaan tenaga kerja, agar kebutuhan tenaga kerja perusahaan di masa sekarang dan masa yang akan datang sesuai dengan beban kerja yang ada. Perencanaan yang kurang cermat akan berakibat fatal bagi perusahaan. Jika tenaga kerja yang ada melebihi beban kerja yang ada, maka akan berakibat banyak tenaga kerja yang menganggur atau tidak bekerja secara optimal. Sebaliknya jika jumlah tenaga kerja lebih sedikit dibandingkan dengan beban kerja yang ada, akan berakibat pada adanya pekerjaan yang tidak terselesaikan secara optimal dan tentunya tenaga kerja akan bekerja melebihi kemampuannya. Tenaga kerja akan mengalami kelelahan, mudah stres dan pada akhirnya tidak akan betah bekerja dan memilih mencari pekerjaan lain. Artinya kelebihan dan kekurangan beban kerja bagi tenaga kerja perusahaan akan berdampak pada biaya dan pada akhirnya akan berdampak pula pada pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan.

c. **Mesin/Peralatan**

Mesin dan peralatan yang digunakan dalam suatu proses produksi memiliki peran yang cukup besar di dalam keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produksi, baik dalam hal kuantitas, kualitas maupun kontinuitasnya.

Kebutuhan mesin dan peralatan produksi baik jumlah, jenis, kapasitas dan spesifikasi lainnya seharusnya telah diidentifikasi saat gambaran produk yang akan dihasilkan telah ditetapkan. Apabila perusahaan mengadakan mesin/peralatan produksi yang tidak bermanfaat untuk menghasilkan produk sesuai dengan yang direncanakan, maka sudah dapat dipastikan mesin/peralatan produksi tersebut akan kurang berfungsi atau malah tidak berfungsi. Konsekuensi yang harus ditanggung oleh perusahaan adalah adanya beban biaya (penyusutan) yang harus ditanggung oleh perusahaan sedangkan mesin/peralatan tersebut kurang/tidak mendukung dalam menghasilkan produksi. Disamping itu pula, mesin/peralatan produksi yang jarang dimanfaatkan akan cepat mengalami kerusakan dan tentunya membutuhkan perawatan. Ini berarti bahwa perusahaan melakukan investasi yang sia-sia, malah akan menambah beban biaya produksi dan

Setelah dilakukan pengadaan mesin/peralatan produksi, maka selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah penempatan atau tata letaknya pada ruangan produksi. Dalam penempatan mesin/peralatan produksi di ruangan produksi terdapat beberapa prinsip dasar yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan, yaitu:

- Mesin/peralatan produksi yang digunakan perlu senantiasa dilakukan perawatan agar proses produksi dapat berjalan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Mesin/peralatan produksi yang sering mengalami kerusakan akan menyulitkan untuk menghasilkan produk yang sesuai baik dari sisi kuantitas, kualitas maupun kontinuitasnya. Selain itu tingginya tingkat kerusakan yang diakibatkan kurangnya upaya perawatan akan berdampak pada tingginya biaya produksi yang akan berdampak langsung pula pada tingginya harga jual produk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam upaya pemeliharaan mesin/peralatan produksi, yaitu:

- Selain perencanaan dalam kebutuhan, penyusunan tata letak dan pemeliharaan mesin/peralatan produksi, perusahaan juga harus senantiasa memperhatikan dan mengikuti perkembangan teknologi terkait dengan penggunaan mesin/peralatan produksi. Perkembangan teknologi saat ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap sistem produksi untuk menghasilkan suatu produk. Penggunaan mesin/peralatan produksi dengan teknologi terkini akan menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan proses produksi lebih cepat dengan kapasitas yang lebih besar, jika dibanding dengan menggunakan mesin/peralatan produksi yang telah ketinggalan jaman. Perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan teknologi akan cenderung mengalami kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan pesaingnya yang telah menggunakan teknologi terkini.

Penempatan lokasi produksi merupakan salah satu faktor penentu yang perlu diperhatikan dan diputuskan sebelum memulai operasional perusahaan. Terutama bagi perusahaan yang baru dirintis oleh wirausahawan pemula. Umumnya kegiatan proses produksi pada perusahaan

perusahaan untuk pengendalian produksi. Pengendalian produksi, meliputi:

1. *Pengendalian pembelian*, agar pembelian yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan proses produksi lebih efisien (hemat biaya). Dalam pengendalian pembelian ini melibatkan beberapa faktor yang saling terkait, yaitu kuantitas, kualitas, harga, waktu dan pelayanan.
2. *Pengendalian Persediaan*, perlu dilakukan agar biaya yang dikeluarkan untuk penyimpanan dapat dikendalikan.
3. *Pengendalian produksi*, agar proses produksi dapat berjalan lancar, tepat waktu dan menghasilkan produk dalam kuantitas dan kualitas yang sesuai dengan yang direncanakan.
4. *Pengendalian Kualitas*, yang dilakukan pada setiap tahapan proses yang bertujuan untuk mencegah adanya penyimpangan terhadap standar kualitas produk yang telah ditetapkan (*quality control*).



Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan input seperti bahan baku, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya hanya dapat dibuat perencanaannya ketika jenis produk yang akan dihasilkan beserta spesifikasinya telah ditetapkan.

Berikut ini Anda diminta untuk menyusun rancangan aspek produksi perusahaan Anda dengan menganalisis beberapa hal, yaitu:

Rancangan pengadaan bahan baku dimaksudkan untuk memperkirakan jenis, volume, harga, sumber pasokan bahan-bahan yang dibutuhkan, baik yang berupa bahan langsung, maupun bahan tak langsung.

- | | Jenis Bahan | Aspek Kualitas Yang diharapkan |
|-----------|---------------------------|--------------------------------|
| I. | BAHAN LANGSUNG | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| II | BAHAN TAK LANGSUNG | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

- | No | Jenis Bahan | Jumlah Keb | Harga Satuan | Jumlah | Sumber Pasokan |
|----|---------------------------|------------|--------------|--------|----------------|
| | BAHAN LANGSUNG | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | Sub-Total Biaya Bahan | | | | |
| | BAHAN TAK LANGSUNG | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | Sub-Total Biaya Bahan Tak | | | | |
| | TOTAL BIAYA PENGADAAN | | | | |

2. Kebutuhan Sumberdaya Produksi

Khusus untuk tenaga kerja (sumberdaya manusia), Anda perlu merinci berapa orang tenaga kerja yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktifitas produksi. Tenaga kerja pada bagian produksi terdiri dari tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja produksi yang terlibat dalam kegiatan produksi, sedangkan tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam aktifitas proses produksi. Selain itu perlu pula direncanakan bagaimana kualifikasi yang dibutuhkan serta berapa tingkat upah/gaji masing-masing tenaga kerja tersebut/bulan.

-
-

- | No. | Jenis Bangunan/
Ruangan | Status
(Milik/Sewa) | Nilai
(Rp) | Umur
Ekonomis
(thn) | Nilai
Penyusutan
(Rp/tahun) |
|-------|----------------------------|------------------------|---------------|---------------------------|-----------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | | | | | |
| 2. | | | | | |
| 3. | | | | | |
| 4. | | | | | |
| 5. | | | | | |
| TOTAL | | | | | |

- Jika status bangunan (kolom 3) adalah sewa, maka tidak perlu dihitung nilai penyusutannya (kolom 6), dan nilai sewa tersebut harus dihitung sebagai biaya operasional produksi

- Uraikan kebutuhan *tenaga kerja langsung* dan *tak langsung* yang Anda butuhkan untuk melaksanakan tahapan-tahapan dalam proses produksi!
- | No. | Tahapan Proses Kegiatan | Jumlah Tenaga Kerja (orang) | Kualifikasi Tenaga Kerja | Keterangan |
|-----|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------|
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |
| 3. | | | | |
| 4. | | | | |
| 5. | | | | |
| 6. | | | | |
| 7. | | | | |
| 8. | | | | |

8.				
9.				
10.				

- j. Biaya tenaga kerja apa saja yang Anda butuhkan dalam satu bulan/siklus produksi?

No.	Jenis Tenaga Kerja	Jumlah (org)	Gaji/ Upah (Rp/org)	Total Gaji (Rp)	Tunjangan (Rp/org)	Total Tunjangan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp/bln)
1	2	3	4	$5 = 3 \times 4$	6	$7 = 3 \times 6$	$8 = 5 + 7$
1.	Langsung						
2.	Tak Langsung						
Total							

Catatan: Khusus biaya tenaga kerja tak langsung dimasukkan sebagai unsur biaya overhead produksi (tidak dihitung sebagai biaya per unit produk)

3. Proses Produksi

Produk yang akan Anda hasilkan tentunya akan melalui beberapa tahapan produksi, yaitu aktifitas-aktifitas menyeluruh yang dilakukan oleh tenaga kerja produksi. Tahapan-tahapan tersebut Anda bisa Anda tampilkan dengan membuat Bagan aliran Produksi.

- k. Pada kotak di bawah ini, Anda diminta untuk menguraikan (dalam bentuk skema) bagan alir produksi berdasarkan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses produksi perusahaan Anda!

4. *Perkiraan Jumlah Produksi*

Pada materi pembelajaran sebelumnya (Aspek Pemasaran), Anda telah menganalisis jumlah permintaan potensial produk Anda dari beberapa golongan pelanggan perusahaan Anda. Berangkat dari hasil analisis tersebut, Anda dapat membuat perkiraan jumlah produksi yang akan Anda tawarkan kepada para pelanggan Anda tersebut. Tentunya jika Anda merencanakan adanya persediaan, Anda akan memproduksi produk Anda melebihi jumlah permintaan yang ada. Dengan demikian perlu adanya penanganan khusus agar persediaan yang Anda simpan tidak berlebihan, apalagi jika produk Anda berupa barang yang banyak menggunakan tempat dan mudah rusak.

- l. Berapa jumlah produksi yang dapat Anda hasilkan dalam setiap bulan/siklus produksi?unit
- m. Jumlah tersebut diperkirakan sekitar% dari permintaan yang ada (*Bandingkan rencana jumlah produksi dengan perkiraan permintaan pada penugasan Aspek Pemasaran*).
- n. Jika jumlah produksi melebihi permintaan, bagaimana Anda melakukan pengendalian persediaan produk?

.....
.....

REFERENSI

- Ahyari, A., 1990. *Manajemen Produksi: Pengendalian Produksi* (Buku 2, Edisi Keempat, Cetakan Kedua). Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Assauri, S., 1993. *Manajemen Produksi dan Operasi* (Edisi Empat). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Prawirosentono, S., 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bumi Akasara, Jakarta.
- Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. *Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional*. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.
- Reksohadiprojo, S. dan I. Gitosudarmo, 2003. *Manajemen Produksi*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Rukka, R. M., 1993. *Pengelolaan Industri Kecil Perusahaan Makanan*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Hasanuddin, Ujungpandang.
- Sofyan, A., 1996. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Konrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

ASPEK PENGENDALIAN DAMPAK LINGKUGAN

- ## Uraian Materi
- ### Ekonomi *versus* Lingkungan

Ekonomi *versus* Lingkungan

Masalah lingkungan telah lama menjadi perhatian, sejak orang-orang Amerika memperbincangkan kegagalan pembangunan dalam mengantisipasi masalah lingkungan pada pertemuan bertema “*Teknologi yang Tak Perduli*” di tahun 60-an. Berlanjut dari keresahan-keresahan akan masalah lingkungan, pada tahun 1972 sebuah perkumpulan di Roma mengeluarkan suatu laporan bahwa pertumbuhan ekonomi tidaklah berjalan tanpa batas oleh karena adanya kendala penyediaan sumberdaya alam dan pencemaran. Gerakan-gerakan lingkungan menarik perhatian dunia saat itu, sehingga pada tanggal 5 – 16 Juni 1972 di Kota Stockholom diadakan pertemuan dunia yang khusus membicarakan lingkungan dan menghasilkan berbagai aturan yang berhubungan dengan lingkungan, termasuk penetapan 5 Juni sebagai hari lingkungan (*environmental day*).

Konsep pembangunan berkelanjutan ini menurut Bertens (2000) merupakan penengah antara kepentingan pembangunan ekonomi dan kelestarian lingkungan. Konsep ini pertama kali di perkenalkan oleh *World Commision on Enviroment and Development (WCED)* pada tahun 1987 dengan mendefenisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan dari generasi sekarang tanpa membahayakan kesanggupan generasi-generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka sendiri. Dalam penjelasannya dikemukakan bahwa pembangunan ekonomi selalu harus memanfaatkan sumberdaya alam sedemikian rupa, sehingga generasi-generasi setelah kita dapat melanjutkan pembangunan yang kita jalankan sekarang. Implikasinya bahwa setiap generasi harus mewariskan lingkungan hidup yang sehat dan utuh dengan sumberdaya alam secukupnya kepada generasi berikutnya.

kali dalam sejarah berhasil mengumpulkan 110 kepala negara untuk mewujudkan *sustainable*

Pembuangan limbah produksi ke alam secara tidak bijaksana dapat menyebabkan pencemaran air dan tanah serta polusi udara. Saat ini, berbagai masalah lingkungan bio- fisik sudah mencapai taraf global, dalam artian tidak hanya mencakup satu wilayah saja. Ada beberapa masalah lingkungan yang menjadi ancaman global diantaranya akumulasi bahan beracun, efek rumah kaca, rusaknya lapisan ozon, hujan asam, penggurunan serta berkurangnya keanekaan hayati. Masalah-masalah tersebut timbul akibat aktifitas (umumnya ekonomi) yang terakumulasi dan sudah berlangsung sejak lama.

Untuk mencegah dampak negatif yang ditimbulkan oleh limbah perusahaan, seharusnya setiap perusahaan telah memiliki unit-unit pengolahan limbah sebelum limbah dibuang ke lingkungan. Undang-Undang No. No. 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup telah mengatur bahwa setiap orang diperbolehkan untuk membuang limbah ke media lingkungan hidup, tetapi dengan persyaratan telah memenuhi baku mutu lingkungan hidup dan mendapat izin dari Menteri, gubernur, atau bupati/walikota sesuai dengan kewenangannya. Undang-undang ini juga mengatur baku mutu lingkungan hidup untuk menentukan terjadinya pencemaran lingkungan yang diukur berdasarkan baku mutu air, air limbah, air laut, udara ambien, emisi, gangguan dan lainnya sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Berbagai kasus lingkungan yang terjadi tidak dapat dipungkiri sebagian besar karena perilaku manusia yang tidak bertanggung jawab dan hanya mementingkan diri sendiri. Jika ditinjau lebih jauh, terjadinya krisis lingkungan global pada dasarnya menurut Keraf (2002) bersumber pada kesalahan fundamental-filosofis dalam pemahaman atau cara pandang serta pola perilaku manusia mengenai dirinya, alam dan keseluruhan ekosistem.

[illegible]

Cara pandang *antroposentrisme* dikritik tajam oleh etika *biosentrisme* dan *ekosentrisme* yang memiliki cara pandang bahwa manusia tidak hanya dipandang sebagai makhluk sosial. Manusia harus dipandang terlebih dahulu sebagai makhluk biologis dan ekologis. Kehidupan manusia tidak hanya tergantung pada sesamanya (komunitas sosial), tetapi juga terkait dengan semua kehidupan lain di alam semesta. Dari pemahaman kedua etika ini, sehingga tanggung jawab moral tidak lagi hanya dibatasi pada hubungan manusia dengan manusia lainnya dan komunitasnya, tetapi juga berlaku berlaku bagi semua makhluk hidup dan lingkungannya.

Namun jika dipertanyakan apakah perusahaan memiliki tanggung jawab moral, mungkin pertanyaan ini akan sulit untuk dijawab. Supaya memiliki tanggung jawab moral, perusahaan perlu berstatus moral atau merupakan pelaku moral yang bisa melakukan tindakan etis atau tidak etis. Apakah perusahaan dapat melakukan tindakan etis atau tidak etis sebagaimana manusia? Jika manusia sebagai pelaku moral memiliki hati nurani, apakah perusahaan juga demikian? Dalam menjawab pertanyaan ini, ada argumen pro dan kontra. Di satu pihak harus diakui bahwa hanya manusia perorangan yang memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan, dan akibatnya hanya manusia peroranganlah yang dapat memikul tanggung jawab. Di lain pihak, sulit juga menerima pandangan bahwa perusahaan hanyalah semacam benda mati yang dikendalikan oleh para manajer. Terdapat banyak pertanda yang menunjukkan bahwa perusahaan juga memiliki “kepribadian” tersendiri, perusahaan bisa tumbuh, bisa menjalankan pengaruh atas politik lokal, dan pertanda lainnya yang tidak dimiliki oleh benda mati.

Kembali ke pembahasan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan bio-fisik dan sosial, sosial, budaya, adalah terkait pada upaya yang dilakukan wirausahawan dalam mengendalikan

Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terutama yang memiliki kecenderungan berdampak penting terhadap lingkungan-- dalam melakukan upaya pencegahan sebelum menjalankan aktifitasnya adalah memiliki analisis mengenai dampak lingkungan hidup (amdal). Sebagaimana yang diatur dalam undang-undang bahwa setiap perusahaan yang berdampak penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki amdal. Amdal merupakan kajian mengenai dampak penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan. Dampak penting yang dimaksud ditentukan berdasarkan kriteria: besarnya jumlah penduduk yang akan terkena dampak rencana usaha dan/atau kegiatan, luas wilayah penyebaran dampak, intensitas dan lamanya dampak berlangsung, banyaknya komponen lingkungan hidup lain yang akan terkena dampak, sifat kumulatif dampak, berbalik atau tidak berbaliknya dampak, dan/atau kriteria lain sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kriteria usaha dan/atau kegiatan berdampak penting yang wajib dilengkapi dengan amdal terdiri atas:

- [illegible]

Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Program kemitraan dilakukan dengan pemberian pinjaman untuk modal kerja dan/atau pembelian aktiva tetap produktif, pemberian pinjaman khusus bagi usaha

menengah dan kecil (UMK) yang telah menjadi binaan yang bersifat pinjaman tambahan dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha UMK Binaan, dan pendampingan dalam rangka peningkatan kapasitas (*capacity building*) UMK binaan dalam bentuk bantuan pendidikan/pelatihan, pemagangan, dan promosi. Sedangkan Program Bina Lingkungan yang merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN di wilayah usaha BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Obyek bantuan yang dapat diberikan melalui Program Bina Lingkungan berupa bantuan dana bagi korban bencana alam, bantuan biaya pendidikan dan/atau pelatihan, pengadaan sarana dan prasarana umum, bantuan sarana ibadah serta bantuan untuk pelestarian lingkungan.

Rangkuman

Memikirkan faktor lingkungan terutama dampak-dampak yang akan ditimbulkan dalam menjalankan aktifitas sebagai wirausahawan adalah suatu hal yang mutlak. Karena kepedulian pada lingkungan bukan hanya untuk kepentingan lingkungan itu sendiri, namun juga untuk keberlangsungan aktifitas perusahaan yang dijalankan. Untuk mengantisipasi dampak yang kemungkinan akan ditimbulkan oleh adanya aktifitas perusahaan dan produk yang dihasilkannya terhadap lingkungan bio-fisik dan sosial budaya, maka dalam merancang perusahaan perlu pula dirancang upaya-upaya yang akan dilakukan terkait dengan pengendalian dampak terhadap lingkungan. Berikut ini disajikan beberapa hal yang perlu didiskusikan dan dirumuskan terkait upaya pengendalian dampak lingkungan perusahaan yang dirancang.

Latihan

Rancangan aspek pegedalian dampak lingkungan perusahaan Anda dapat dilakukan dengan menganalisis beberapa hal, yaitu:

1. Limbah

Aktifitas perusahaan anda tentunya menghasilkan limbah, limbah tersebut dapat berupa limbah yang sifatnya padat, cair, gas, maupun suara. Limbah-limbah tersebut apabila tidak ditangani dengan baik akan memberikan dampak pada lingkungan. Pada bagian ini perlu diidentifikasi limbah-limbah apa saja yang dihasilkan oleh aktifitas perusahaan Anda.

a. Limbah apa saja yang dihasilkan oleh aktifitas perusahaan Anda?

Berbagai aktifitas perusahaan dapat memberikan dampak positif dan negatif baik langsung maupun tak langsung terhadap lingkungan bio-fisik di sekitarnya. Anda perlu melakukan identifikasi kemungkinan dampak-dampak (positif dan negatif) itu, kemudian mengidentifikasi langkah-langkah antisipasi apabila terjadi dampak negatif terhadap lingkungan bio-fisik.

•
•
•
•
•

.....

.....

.....

apula dampak negatifnya terhadap lingkungan bio-fisik dan ba
dalikannya?

Dampak Sosial Budaya

in berdampak pada lingkungan bio-fisik, aktifitas perusahaan
an pengaruh pada lingkungan sosial-budaya masyarakat di sekitarnya
a diidentifikasi kemungkinan dampak (positif dan negatifnya. Dan bi
berikan dampak negatif, perlu diidentifikasi langkah-langkah penanganannya.
dampak positif dengan adanya perusahaan Anda terhadap lingkungan
sket?

Selain berdampak pada lingkungan bio-fisik, aktifitas perusahaan juga akan memberikan pengaruh pada lingkungan sosial-budaya masyarakat di sekitarnya. Untuk itu, perlu pula diidentifikasi kemungkinan dampak (positif dan negatif)nya. Dan bila kemungkinan akan memberikan dampak negatif, perlu diidentifikasi langkah-langkah penanganannya.

•
•
•
•
•

- e. Apa pula dampak negatifnya terhadap lingkungan sosial budaya dan bagaimana cara mengendalikannya?

4. Penganggaran Dampak Lingkungan

Agar memudahkan Anda menganalisis rencana keuangan, ada baiknya pula Anda menyusun penganggaran yang dibutuhkan oleh perusahaan Anda dalam pengendalian dampak lingkungan.

- f. Rincikan keseluruhan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan Anda untuk melaksanakan upaya-upaya pengendalian dampak terhadap lingkungan dalam per bulan/siklus produksi!

REFERENSI

- Bertens, K., 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- George, R.T.D, 1999. *Business Ethics*. Prentice Hall Publishing, New York.
- Keraf, S.A., 2002. *Etika Lingkungan*. Penerbit Buku Kompas, Jakarta.
- Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2009 tentang *Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*.
- Widodo, M, 2001. *KTT Dunia Pembangunan Berkelanjutan 2002 Peluang dan Tantangan bagi Indonesia Baru*. Paparan Dalam rangka sosialisasi persiapan World Summit on Sustainable Development, 8 September 2001 di Yogyakarta.

ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

Defenisi Organisasi dan Manajemen

Sedangkan manajemen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan kerjasama di antara semua sumberdaya yang terlibat dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika membaca berbagai literatur manajemen, definisi manajemen oleh para ahli cukup beragam. Namun jika ditelusuri lebih jauh, maka akan ditemukan bahwa istilah manajemen mengandung tiga pengertian yaitu:

- Meskipun demikian, dari berbagai definisi mengenai manajemen dikemukakan oleh ahli, hampir semua menekankan pada pengendalian dan pendayagunaan berbagai sumberdaya organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Pada dasarnya penerapan manajemen dalam organisasi adalah terkait dengan fungsi-fungsi manajemen. Berbagai pendapat ahli juga berbeda-beda mengenai jenis fungsi-fungsi manajemen, diantaranya dikemukakan, sebagai berikut:

Ernest Dale : *planning, organizing, staffing, directing, innovating, representing,*

Organisasi Perusahaan

Lingkungan di mana perusahaan berada dan segala aktifitasnya dilaksanakan senantiasa berubah, dan untuk mampu bertahan di lingkungan tersebut, seorang wirausahawan dituntut untuk harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan-

ah perusahaan tidak langsung berdiri begitu saja, tetapi lazimnya dan untuk kelanjutan operasionalnya diperlukan arah yang jelas. Kalau tidak ada arah yang jelas cenderung akan sulit untuk berkembang. Hal Ini dapat diilustrasikan dengan perjalanan tanpa arah yang jelas yang akan dituju. Perjalanan tanpa arah yang jelas itu bisa saja tersesat dan tidak mengetahui dimana posisi yang ia tuju. Untuk melaksanakan aktifitas perusahaan, seorang wirausahawan tidak bisa melakukannya sendiri, tetapi mereka membutuhkan orang lain sebagai mitra. Orang-orang tersebut tentunya memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang juga membedakan berbagai status kehidupan, dan perbedaan-perbedaan pribadi dalam menjalankan aktifitas kesehariannya. Kondisi yang berbeda-beda ini akan mempengaruhi perusahaan untuk berkembang, apalagi bila beragamnya kebutuhan setiap orang yang terlibat tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan.

angkat dari dasar pemikiran tersebut, seorang wirausahawan perlu memahami/penyamaan visi yang didasari oleh kesamaan visi pada pihak-pihak yang terlibat, serta penyesuaian visi pada pihak-pihak yang terlibat. Visi perusahaan inilah yang akan dijabarkan dalam beberapa langkah dalam mencapai visi perusahaan.

perusahaan terkait dengan kondisi yang akan dicapai oleh perusahaan. Sedangkan misi perusahaan terkait dengan tugas pelayanan yang akan diberikan perusahaan kepada masyarakat. Visi perusahaan merupakan pernyataan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan. Visi perusahaan merupakan pernyataan tentang apa yang akan dicapai perusahaan di masa depan. Misi perusahaan merupakan pernyataan tentang apa yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai visi. Visi perusahaan merupakan pernyataan tentang apa yang akan dicapai perusahaan di masa depan. Misi perusahaan merupakan pernyataan tentang apa yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai visi. Visi perusahaan merupakan pernyataan tentang apa yang akan dicapai perusahaan di masa depan. Misi perusahaan merupakan pernyataan tentang apa yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai visi.

nyataan visi perusahaan hendaknya dirumuskan dalam suatu pernyataan yang jelas, tegas, sederhana, mudah diingat, konsisten, dinamis, fleksibel, memiliki cakupan yang luas, terukur dalam hal waktu, menggambarkan prospek yang cerah dalam perjalanan hidup perusahaan, dan dapat menginspirasi. Hal yang perlu diingat oleh wirausahawan, bahwa jika menginginkan perusahaan berkembang lebih lama, hendaknya tidak mengekspresikan “memburu keuntungan” sebagai tujuan utama. Pernyataan visi hendaknya ditekankan pada pelayanan terhadap pelanggan sebagai prioritas utama. Harus disadari bahwa keuntungan merupakan akibat dari pelayanan yang baik. Dalam menjalankan strategi perusahaan, jangan menjadikan jasa dalam upaya menerapkan strategi perusahaan, bukan sebagai tujuan utama.

m melaksanakan fungsi pengorganisasian sebagai fungsi wirausahawan mengalokasikan keseluruhan sumberdaya perusahaan yang telah dibuat berdasarkan kerangka kerja yang dirumuskan. Bentuk Spesifik dari desain organisasi sebuah perusahaan

by.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Keterlibatan beberapa orang dalam perusahaan tentunya membutuhkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas. Seluruh pekerjaan tidak hanya dimonopoli oleh wirausahawan sebagai pemilik, karena keterbatasan waktu, tenaga, keterampilan, dan sebagainya. Olehnya itu, seorang wirausahawan perlu memberikan atau mendelegasikan wewenang kepada staf atau tenaga kerja perusahaan. Di sinilah pentingnya disusun struktur organisasi perusahaan.

Berbagai literatur manajemen mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) pilar dalam yang perlu di perhatikan dalam penyusunan struktur organisasi, yakni:

- Struktur organisasi yang dirancang tentunya disesuaikan dengan kebutuhan

perusahaan, bagian-bagian mana yang perlu ada dan bagian-bagian mana yang tidak perlu dibentuk. Bentuk strukturnya pun bisa dibuat sesuai kebutuhan perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi struktur organisasi, yaitu: *Ukuran Organisasi Perusahaan*, Semakin besar organisasi sebuah perusahaan, semakin besar pula jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, semakin luas cakupan wilayah yang dijangkau, dan bisa jadi membutuhkan bermacam-macam spesialisasi pekerjaan. Dengan demikian struktur organisasinya dibuat semakin kompleks mengikuti perkembangan ukuran perusahaan. *Teknologi*, Teknologi yang dimaksudkan adalah cara perusahaan mengubah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Perusahaan yang menggunakan teknologi tradisional dan sederhana, struktur organisasi yang dibutuhkan tidak sama dengan perusahaan yang telah menggunakan teknologi moderen yang serba mekanis dan elektrik. *Lingkungan Perusahaan*, Perkembangan sebuah perusahaan tidak terlepas dari perkembangan yang terjadi pada lingkungan internal dan eksternal perusahaan itu sendiri. Sebagaimana yang sering diutarakan pada bagian lain proses pembelajaran ini bahwa perusahaan menjalankan aktifitasnya tidak semata-mata untuk mengejar laba, namun lebih daripada itu adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh *stakeholders*nya. Perlu disadari bahwa setiap *stakeholders*, baik internal (manajemen dan tenaga kerja), maupun eksternal (pesaing, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat dan sebagainya), memiliki kekuatan serta berpengaruh terhadap pelaksanaan kinerja dan perkembangan perusahaan. Olehnya itu, perkembangan lingkungan perusahaan harus diikuti dengan penyesuaian struktur organisasi, karena bila tidak, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menerapkan strategi dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Penerapan sistem struktur organisasi pada perusahaan tergantung dari kondisi perusahaan yang bersangkutan. Memilih struktur organisasi yang cocok untuk setiap perusahaan membutuhkan waktu dan pengamatan (analisis) yang khusus dalam memilih sistem struktur organisasi yang tepat dan sesuai. Beberapa pendekatan yang dapat digunakan dalam menyusun struktur organisasi, yaitu:

1. Pendekatan *Fungsional*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan fungsi bagian-bagian.
2. Pendekatan *Produk*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan produk yang dihasilkan atau dipasarkan.
3. Pendekatan *Pelanggan*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan pelanggan yang dijadikan sasaran pasar.
4. Pendekatan *geografis*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan wilayah yang dijadikan sasaran pasar.
5. Pendekatan *matriks*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan wewenang ganda dan menggabungkan beberapa pendekatan.

Model struktur organisasi berdasarkan pendekatan-pendekatan yang telah disebutkan dapat dilihat pada Bingkai 6.

c. Bentuk Organisasi Perusahaan

Secara umum terdapat tiga bentuk usaha yang secara yuridis dapat diterima keberadaannya, yaitu:

1. Usaha Perseorangan

Usaha perseorangan atau sering disebut firma adalah bentuk usaha yang

paling kecil dan paling umum. Segala sesuatu dalam perusahaan jenis ini tanggung jawabnya pada seorang, yakni pemilik perusahaan. Kelebihan perusahaan perseorangan, adalah:

- Biaya perizinan sering lebih rendah dibandingkan dengan bentuk usaha lainnya.
- Pengambilan keputusan dan pengendalian perusahaan sering berlangsung dengan cepat, karena tanggung jawab di bawah seorang pemilik yang sekaligus adalah pimpinan perusahaan.
- Kemungkinan untuk meraih keuntungan yang lebih besar, karena keuntungan tidak perlu dibagi kepada siapapun.
- Respon terhadap kebutuhan-kebutuhan perusahaan sering lebih cepat terkendali, karena sebagai pemilik tunggal tidak perlu berkonsultasi pada banyak orang.

Sedangkan kelemahan usaha perseorangan, adalah:

- Tanggung jawab berada pada pemilik, sehingga ketika perusahaan berutang, maka kerap kali semua harta benda yang dimiliki pemilik menjadi jaminan.
- Ketersediaan modal sering lebih kecil dibanding dengan jenis perusahaan lainnya.
- Kemungkinan untuk memperoleh investasi jangka panjang relatif kecil, karena status kepemilikan hanya berada pada satu orang.

2. Usaha Patungan

Usaha patungan atau sering disebut usaha perkongsian merupakan bentuk perusahaan yang status kepemilikannya berada di bawah sejumlah orang yang ikut terlibat. Hal ini berarti bahwa segala sesuatu yang terjadi di dalam perusahaan merupakan tanggung jawab sejumlah orang yang terlibat di dalam perkongsian. Bentuk perusahaan semacam ini memiliki kelebihan, yaitu:

- Kemungkinan perolehan modal perusahaan lebih mudah, karena dapat bersumber dari beberapa orang yang berkongsi.
- Mereka yang terlibat dalam perkongsian dapat termotivasi dalam menerapkan semua kemampuannya, karena mereka ikut memperoleh laba.
- Bila dibandingkan dengan perusahaan perseorangan, persoalan perolehan formalitas hukum lebih mudah dan biayanya lebih kecil.

Selain kelebihannya, perusahaan patungan juga memiliki kekurangan, yaitu:

- Dibandingkan dengan perusahaan perorangan dan perseroan, perusahaan jenis ini relatif lebih sulit untuk memperoleh kredit permodalan jangka panjang.
- Kemungkinan bubarnya perusahaan lebih besar, terutama jika terdapat salah seorang yang berkongsi tidak sepaham lagi dengan yang lain.
- Kewajiban yang berkongsi tidak terbatas, terutama apabila perusahaan mengalami kendala dalam pengembangannya.

- Pengambilan keputusan agak lambat, karena segala sesuatu kegiatan dalam perusahaan, harus mendapat persetujuan dari semua yang berkongsi.

3. Perusahaan Perseroan

Perusahaan jenis ini merupakan suatu bentuk perusahaan yang sama sekali terpisah dari pemiliknya. Pemilik perusahaan tidak lebih dari seorang yang berstatus sebagai

organisasi perusahaan memiliki kesanggupan untuk yang dipekerjakan.

- Pemilikan saham tidak terbatas, tetapi kepada siapa saja. Dengan demikian, kemungkinan perolehan modal dan lebih besar.

Disamping kelebihan, jenis perusahaan perseroan juga memiliki kekurangan, yaitu:

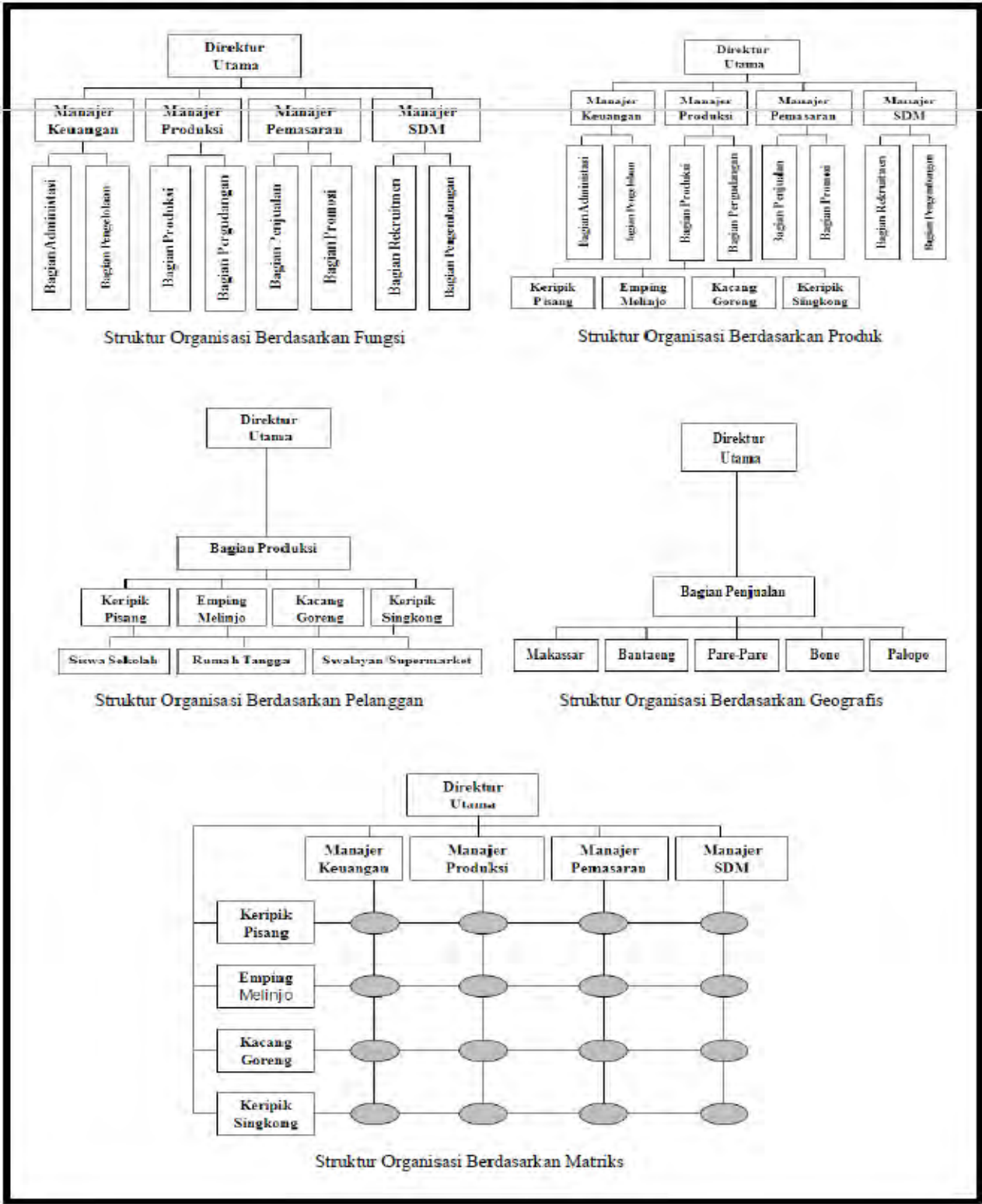
- Biaya yang dibutuhkan untuk pendirian usaha relatif lebih mahal dari jenis perusahaan yang lain.
- Perusahaan jenis ini relatif lebih banyak terikat peraturan pemerintah dan seringkali memperoleh pengawasan yang lebih ketat.
- Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian dan peraturan yang berlaku.

- Biaya yang dibutuhkan untuk pendirian usaha relatif lebih mahal daripada pendirian jenis perusahaan yang lain.
- Perusahaan jenis ini relatif lebih banyak terikat dengan peraturan pemerintah dan seringkali memperoleh pengawasan yang lebih ketat.
- Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian perusahaan dan peraturan yang berlaku.

- Biaya yang dibutuhkan untuk pendirian usaha relatif lebih mahal daripada pendirian perusahaan jenis perusahaan yang lain.
- Perusahaan jenis ini relatif lebih banyak terikat dengan peraturan pemerintah dan seringkali memperoleh pengawasan yang lebih ketat.
- Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian perusahaan dan peraturan yang berlaku.

- Biaya yang dibutuhkan untuk pendirian usaha relatif lebih mahal daripada pendirian perusahaan jenis perusahaan yang lain.
- Perusahaan jenis ini relatif lebih banyak terikat dengan peraturan pemerintah dan seringkali memperoleh pengawasan yang lebih ketat.
- Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian perusahaan dan peraturan yang berlaku.

Model Struktur Organisasi Perusahaan Berdasarkan Pendekatan yang Digunakan



Buku Ajar
KEWIRAUSAHAAN-1

Dalam menjalankan aktifitas perusahaan, seorang wirausahawan perlu memikirkan aspek yuridis formal terkait legalitas perusahaannya. Legalitas perusahaan berwujud perizinan yang dimiliki dalam menjalankan aktifitas. Kemungkinan banyak *stakeholders* perusahaan yang mempersyaratkan kepemilikan perizinan sebelum melakukan perjanjian kerjasama dengan perusahaan. Sebagai contoh, dalam pengurusan kredit di perbankan atau pada lembaga non-bank, umumnya meminta surat izin tempat usaha dan perizinan lainnya sebagai syarat pengajuan kredit. Demikian pula dalam memasarkan hasil produksi, umumnya distributor-distributor tertentu seperti supermarket mempersyaratkan adanya izin Departemen Kesehatan/BPOM dan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia untuk jenis produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika.

Bentuk perizinan perusahaan sangat terkait dengan bentuk organisasi perusahaan. jika perusahaan berbentuk formal, maka perlu memiliki beberapa bentuk perizinan, seperti akte pendirian, surat izin tempat usaha, surat izin usaha perdagangan, tanda daftar perusahaan, surat izin gangguan, surat izin kesehatan, dan sebagainya sesuai dengan bidang usaha yang dilakukan. Namun jika perusahaan masih berbentuk non-formal, mungkin cukup memiliki izin dari kepala kelurahan/desa setempat dan izin dari tetangga-tetangga.

1. Izin prinsip, persetujuan yang dikeluarkan pemerintah kabupaten/kota setempat untuk mendirikan usaha.
2. Izin penggunaan tanah, dikeluarkan oleh Kantor Badan Pertanahan Nasional setempat setelah izin pembebasan tanah dimiliki yang dapat berupa hak guna bangunan (HGB) atau hak milik (HM).
3. Izin mendirikan bangunan (IMB), dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten/kota melalui dinas yang ditunjuk.
4. Izin gangguan, dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten/kota dengan persyaratan sebelum mengajukan izin ini, wirausahawan wajib memiliki izin dari ketua RT/RW dan kepala kelurahan/desa, serta persetujuan dari tetangga terdekat dari lokasi perusahaan yang direncanakan.
5. Izin usaha perdagangan yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan melalui Dinas terkait di kabupaten/kota di lokasi rencana pendirian

perusahaan.

6. Tanda daftar perusahaan (TDP), merupakan surat keterangan yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui instansi terkait di kabupaten/kota lokasi rencana pendirian perusahaan. Perizinan ini biasanya berlaku dalam jangka waktu lima tahun, dan setelah masa berlakunya habis harus didaftarkan kembali.
7. Akta perusahaan, jenis persuratan yang dikeluarkan oleh instansi terkait sesuai dengan jenis perusahaan yang didirikan.
8. Izin kementerian, merupakan bentuk perizinan yang membawahi bidang usaha melalui instansi setempat, misalnya izin kesehatan dari Dinas Kesehatan/BPOM, sertifikat produk halal dari Departemen Agama/MUI, dan sebagainya.
9. Persyaratan Pengelolaan lingkungan, sebagai rekomendasi atau pengesahan terhadap dampak yang akan ditimbulkan terhadap lingkungan dan cara pengendaliannya yang dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten/kota melalui instansi terkait sebagai syarat untuk memperoleh izin mendirikan bangunan atau izin tempat usaha.
Dokumen ini dapat berupa UKL/UPL atau analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL).
10. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dokumen yang dikeluarkan oleh Departemen Keuangan melalui instansi perpajakan yang ada di wilayah lokasi perusahaan direncanakan.

Manajemen Perusahaan

Sebagaimana yang telah dikemukakan pada awal pembahasan materi pembelajaran ini bahwa manajemen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan kerjasama di antara semua sumberdaya yang terlibat dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini juga berlaku pada sebuah perusahaan sebagai sebuah organisasi. Manajemen perusahaan merupakan upaya pengendalian dan pendayagunaan berbagai sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sumberdaya perusahaan dari penjelasan di atas adalah merupakan sarana manajemen perusahaan yang dikenal dengan istilah 6M, yakni *Man* (manusia), *Money* (uang), *Material* (bahan), *Machine* (mesin/peralatan), *Method* (cara kerja) dan *Market* (pasar).

Dalam pemanfaatan sarana manajemen perusahaan ini dibutuhkan teknik-teknik manajemen. Berikut ini diuraikan beberapa teknik manajemen moderen dan penting untuk diketahui oleh seorang wirausahawan, yaitu:

1. Management by Delegation

Teknik manajemen ini digunakan bila perusahaan semakin berkembang, dimana jumlah tenaga kerja sudah cukup banyak, Bagian-bagian perusahaan agak banyak, telah memiliki banyak cabang yang tidak hanya melayani pasar lokal saja.

Kondisi ini memungkinkan wirausahawan akan menghadapi kesulitan untuk melakukan pengawasan secara langsung, meskipun pengawasan dan pengaturan perusahaan harus tetap dilakukan. Teknik manajemen ini dapat dilakukan dengan prinsip-prinsip pendelegasian dan pengawasan pekerjaan dengan menggunakan asas pertimbangan antara tugas, kekuasaan dan tanggung jawab yang pendelegasiannya jelas dan tegas. Kaderisasi pimpinan sangat diperlukan, karena apabila berhasil, maka perusahaan akan memiliki tim manajemen yang efektif.

- Penugasan yang jelas dan tegas, agar tidak terjadi keraguan
- Pelimpahan kekuasaan (delegation authority) yang jelas batasannya, terutama yang berkaitan dengan pengambilan keputusan
- Pelimpahan tanggung jawab yang jelas, dalam artian bahwa bidang usaha apa dan stani pengecdar hasil yang bagaimana yang diinginkan oleh pemberi delegasi.

Teknik ini merupakan kelanjutan dari *management by delegation*, namun penekanannya pada penguasaan teknis pekerjaan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, manajer bagian harus mampu memimpin, memiliki mentalitas dan tanggung jawab, memenuhi syarat teknis keahlian. Pengembangan struktur organisasi perusahaan ditekankan pada prinsip komunikasi dan pada asas pertukaran informasi, karena dalam menjalankan teknik manajemen ini, biasanya yang menjadi masalah pelik adalah komunikasi dan kontrol.

Cara yang ditempuh dalam penerapan teknik manajemen ini adalah manajer berunding dengan para bawahannya mengenai tujuan yang akan dicapai hingga dapat ditetapkan sebagai sasaran perusahaan. Sasaran tersebut dapat berupa target penjualan atau produksi yang selanjutnya dapat dipakai sebagai pedoman yang harus dicapai oleh para manajer bawahan dan sekaligus dapat pula dipakai oleh manajer untuk menilai prestasi bawahannya. Ada 3 (tiga) hal yang biasanya menjadi ukuran prestasi, yaitu produktivitas kerja bawahan secara individu, efisiensi perusahaan dan efektivitas pimpinan.

Penerapan teknik manajemen ini biasanya akan menghasilkan prestasi yang meningkat karena tujuan yang telah diterapkan jelas dan diketahui dengan baik oleh para manajer bawahan, namun dengan peningkatan prestasi, timbul pula masalah yang menyangkut penghargaan (remunerasi) yang tidak sesuai dengan prestasi yang tentunya akan menimbulkan kekecewaan dari bawahan yang bersangkutan.

Teknik manajemen ini dapat dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk apa pun, asalkan pimpinan perusahaan secara sadar menghadapkan dirinya pada tri-tugas ekonomi, yaitu:

- Perusahaan yang sekarang harus dibuat seefektif mungkin, gaya prestasinya harus ditingkatkan secara maksimal.
- Hal-hal yang potensial harus ditemukan dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
 - Perusahaan harus menjadi unggulan di masa yang akan datang.

Disamping itu, wirausahawan harus benar-benar memahami bahwa perusahaannya sebagai suatu sistem ekonomi yang mampu berprestasi ekonomi, dan hubungan antara sumber-sumber yang tersedia dan hasil yang dimungkinkan.

[illegible]

Untuk menerapkan materi yang dibahas dalam pembelajaran aspek organisasi dan manajemen, maka berikut ini disajikan beberapa hal yang perlu didiskusikan dan dirumuskan terkait penyusunan desain serta kebutuhan organisasi perusahaan dan pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen pada berbagai aktifitas perusahaan yang dirancang.

Latihan:

Susun rancangan aspek Organisasi dan Manajemen perusahaan Anda meliputi beberapa hal, yaitu:

1. Visi dan Misi Perusahaan

Pada pembelajaran analisis potensi diri, Anda telah merumuskan visi dan misi pribadi. Berdasar dari rumusan tersebut, Anda perlu pula merumuskan Visi dan Misi Perusahaan Anda. Sebagaimana halnya visi dan misi pribadi Anda, sebaiknya Visi dan Misi Perusahaan Anda pun dirumuskan dalam satu-dua kalimat yang memiliki satu kesatuan makna. Visi Perusahaan merupakan jawaban dari pertanyaan “*Ingin dijadikan apakah perusahaan Anda di masa yang akan datang?*”, sedangkan Misi Perusahaan menguraikan “*Apa yang harus Anda lakukan oleh perusahaan untuk mencapai visi perusahaan?*”. Rumusan Visi dan Misi Perusahaan Anda tersebut dapat Anda tuliskan pada bingkai yang disediakan berikut ini.

a. .Uraikan tugas dan tanggung jawab masing-masing unsur yang ada pada perusahaan sesuai dengan struktur organisasi yang Anda gambarkan.

3. Bentuk Perusahaan dan Perizinan

Rincikan kebutuhan perizinan yang Anda butuhkan dalam mendirikan dan menjalankan perusahaan Anda. Kemudian Anda perlu pula menyebutkan instansi/lembaga yang mengeluarkan perizinan tersebut.

a. Bentuk perizinan apa saja yang Anda butuhkan dalam mendirikan dan menjalankan perusahaan Anda, instansi yang mengeluarkan, serta biaya untuk

3. Manajemen Perusahaan

Anda perlu menguraikan penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam aktifitas perusahaan Anda mulai dari proses investasi, pengadaan bahan, produksi, pemasaran, pengendalian dampak lingkungan, sampai kepada pengelolaan keuangan.

ASPEK KEUANGAN

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa mata kuliah akan dapat merancang kebutuhan investasi dan sumber-sumbernya serta menyusun rencana profitabilitas perusahaan.

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan tentang kebutuhan modal perusahaan
2. Menjelaskan tentang penerapan akuntansi dalam perusahaan
3. Menjelaskan tentang rasio keuangan perusahaan

2x50

1. Pengertian tentang kebutuhan modal perusahaan
2. Konsep tentang penerapan akuntansi dalam perusahaan
3. Konseptualisasi tentang analisis rasio keuangan perusahaan

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiswa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motivasi bagi mahasiswa

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Membuat catatan penting

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan di dinding kelas/papan tulis
4. Setiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Kebutuhan Modal Perusahaan

Dalam memulai sebuah bisnis tentunya dibutuhkan modal berupa uang tunai (kas) yang nantinya akan digunakan untuk membiayai kegiatan-kegiatan di masa pra-operasi dan masa komersial sebagaimana yang telah dirancang pada pembelajaran-pembelajaran sebelumnya. Persoalan yang sering dihadapi oleh calon wirausahawan adalah kesulitan dalam memperoleh modal awal yang akan diinvestasikan untuk mewujudkan perusahaan yang dirancangnya.

Modal yang digunakan dalam menjalankan perusahaan terdiri dari modal investasi dan modal kerja yang penjelasannya akan diuraikan, sebagai berikut:

1. Modal Investasi

Modal investasi adalah modal yang digunakan untuk pengadaan dan perbaikan sumberdaya yang meliputi harta tetap perusahaan, seperti pembelian lahan dan bangunan, peralatan dan mesin produksi, alat transportasi, perekrutan dan seleksi tenaga kerja, dan sebagainya. Pada dasarnya, semua biaya yang dikeluarkan selama perusahaan belum beroperasi dapat digolongkan ke dalam modal investasi, sepanjang biaya tersebut terikat dalam harta tetap perusahaan untuk jangka waktu yang lama (>1 tahun). Selama masa terikatnya modal pada harta tetap perusahaan, modal tersebut tidak dapat dicairkan kembali tanpa mengganggu jalannya operasional perusahaan.

Besar kecilnya kebutuhan modal investasi perusahaan sangat tergantung dari bentuk dan ukuran perusahaan, serta bidang usaha yang dikelolanya. Kebutuhan modal investasi bagi perusahaan kecil tentu akan lebih sedikit dibandingkan kebutuhan modal investasi bagi perusahaan menengah dan besar. Dari sisi bidang usaha, secara umum dapat dikatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, relatif tidak banyak membutuhkan modal investasi. Perusahaan perdagangan cenderung tidak membutuhkan lahan dan bangunan yang luas, bangunan pabrik, mesin dan peralatan untuk sarana operasional perusahaan sehari-hari. Berbeda dengan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan/industri manufaktur, jasa angkutan, perhotelan dan lainnya yang membutuhkan modal investasi yang cukup besar.

Karena modal investasi terikat pada harta tetap perusahaan, maka perputaran modal investasi dari uang tunai menjadi uang tunai kembali dalam jangka waktu yang cukup lama, dan pengembaliannya juga berangsur-angsur dalam bentuk penyusutan (*depresiasi*). Olehnya itu, jumlah modal yang diinvestasikan jumlahnya tidak tetap selama periode investasi atau selama umur ekonomis penggunaan aktiva tetap tersebut. Jumlah modal yang terikat dalam harta tetap tersebut akan berangsur-angsur berkurang sesuai dengan metode perhitungan penyusutan yang digunakan. Setelah umur ekonomisnya berakhir, maka nilai buku harta tetap tersebut menjadi = 0 (nol).

2. *Modal Kerja*

Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari, seperti biaya untuk pembelian bahan, pembayaran upah/gaji tenaga kerja, biaya sewa, biaya pemasaran, dan sebagainya.

Modal kerja yang dialokasikan untuk membiayai operasional perusahaan tersebut diharapkan akan kembali menjadi kas (uang tunai) dalam waktu yang singkat melalui proses penjualan produk. Dan uang tunai yang telah masuk ke perusahaan, selanjutnya dimanfaatkan lagi untuk membiayai operasional perusahaan selanjutnya. Dengan demikian, modal tersebut akan terus berputar setiap periode selama perusahaan berjalan.

Jika modal investasi terikat pada harta tetap perusahaan, modal kerja ini terlihat sebagai modal yang terikat dalam harta lancar perusahaan dan disebut sebagai modal kerja keseluruhan. Namun demikian, sebagian dari harta lancar ini harus disediakan untuk memenuhi kewajiban finansial yang segera harus dilakukan, seperti membayar utang kepada pemasok, membayar utang gaji, membayar utang pajak dan sebagainya. Olehnya itu, besarnya modal kerja yang bisa digunakan untuk membiayai operasional perusahaan adalah selisih antara harta lancar dengan utang lancar. Modal yang benar- benar dapat digunakan ini disebut modal kerja bersih (*net working capital*).

Modal kerja dapat bertambah atau berkurang, seperti tercermin pada besarnya unsur-unsur harta lancar dan utang lancar. Modal kerja yang bertambah melebihi kebutuhannya akan nampak pada gejala menumpuknya persediaan, membengkaknya piutang dan kas, yang berarti bertambahnya dana yang menganggur dan tentunya akan mengganggu kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba (*profitabilitas*). Sebaliknya, kekurangan modal kerja akan nampak pada gejala perusahaan tidak mampu membeli bahan dan membayar upah/gaji tenaga kerja tepat waktu, yang pada akhirnya akan mengganggu aktifitas dan kelangsungan hidup perusahaan.

Pemusatan dana untuk dimanfaatkan sebagai modal investasi dan modal kerja dalam memulai dan menjalankan perusahaan perlu direncanakan kebutuhannya. Apabila dana pribadi tidak mencukupi dalam membiayai segala kebutuhan dalam memulai dan menjalankan perusahaan, maka dibutuhkan sumber dana dari pihak lain dalam bentuk pinjaman/kredit. Berkaitan dengan hal tersebut, maka sebagai wirausahawan yang baru akan merintis perusahaan, setidaknya terdapat 3 (tiga) cara yang dapat ditempuh:

1. Menggunakan modal sendiri atau mengumpulkan uang yang bersumber dari keluarga, teman atau sahabat. Apabila perusahaan dapat beroperasi dengan modal seadanya, tanpa modal besar yang longgar, maka untuk tetap berjalan hingga perusahaan memberikan keuntungan, seringkali wirausahawan harus berhemat di segala bidang kehidupannya. Dengan demikian, cara ini mungkin menuntut taraf *“hidup asal tidak mati kelaparan”* bagi wirausahawan yang bersangkutan untuk mengerahkan segala dana, demi jalannya perusahaan yang telah dirancang. Cara ini mungkin agak berat dan menegangkan, tetapi kadang-kadang inilah cara satu-satunya yang dimiliki tanpa adanya pilihan lain.
2. Mengajukan permohonan kredit kepada lembaga perbankan atau non-bank dapat menjadi alternatif lain, jika modal sendiri tidak mencukupi. Hanya saja, pengajuan permohonan kredit kepada lembaga keuangan tersebut membutuhkan jaminan atas

terbayarnya kembali kredit beserta bunganya. Mungkin juga pihak lembaga keuangan akan ragu memberikan kredit, karena perusahaan yang dikelola dianggap belum berpengalaman, karena baru akan dirintis.

3. Meminta “kapitalis penanam modal” sebagai investor dapat pula menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan modal perusahaan. Salah satu keuntungan yang diperoleh dengan memanfaatkan cara ini adalah kemungkinan besarnya jumlah modal yang akan diperoleh lebih besar dibandingkan dengan memanfaatkan fasilitas kredit dari lembaga keuangan. Bahkan wirausahawan tidak perlu membayar angsuran dan bunga terhadap modal yang digunakan tersebut. Namun, dengan memanfaatkan modal dengan cara ini, bisa jadi sebagian perusahaan harus dilepas sebagai bagian dari si penanam modal tersebut. Memang kedengarannya berat merelakan sebagian perusahaan hanya untuk memperoleh modal, namun ini masih lebih baik daripada kepemilikan perusahaan sepenuhnya di atas kegagalan menjalankannya karena kekurangan modal.

Berdasarkan cara yang dapat ditempuh dalam memperoleh modal tersebut, maka sumber modal dapat dibedakan atas sumber modal dari dalam dan dari luar. Masing-masing sumber modal tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

1. *Sumber modal dari dalam*, modal yang diperoleh dari dana yang dibentuk atau dihasilkan sendiri di dalam perusahaan atau merupakan kekuatan sendiri dari wirausahawan. Jika perusahaan sudah beroperasi, sumber dana ini dapat berasal dari laba cadangan dan laba ditahan. Disamping itu, dapat pula berasal dari cadangan penyusutan harta tetap yang untuk sementara belum digunakan untuk mengganti harta tetap yang lama (pendanaan intensif). Jenis modal yang bersumber dari dalam ini sedapat mungkin diperbesar porsinya dari waktu ke waktu, karena sesungguhnya modal jenis inilah yang menjadi *equity* perusahaan.

Kelebihan:

- Dapat digunakan sewaktu-waktu saat dibutuhkan
- Tidak ada kewajiban mengembalikan (angsuran dan bunga)

Kekurangan:

- Jumlah modal yang tersedia kecil dan sangat terbatas
- Kerugian ditanggung sendiri
- Wirausahawan kadang diperhadapkan pada pilihan digunakan untuk konsumtif atau digunakan untuk kegiatan produktif dalam perusahaan.

2. *Sumber modal dari luar*, merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan dan diperoleh dari kreditor seperti perbankan dan lembaga keuangan non-bank, serta dapat pula berasal pemasok atau dari penanam saham.

Kelebihan:

- Jumlah modal yang tersedia tidak terbatas
- Dapat diperoleh dari berbagai sumber

Kekurangan:

- Adanya kewajiban mengembalikan
- Adanya beban bunga
- Diperlukan tingkat kepercayaan yang tinggi dari wirausahawan oleh sumber modal

Penerapan Akuntansi dalam Perusahaan

Peranan akuntansi saat ini semakin disadari oleh para wirausahawan sebagai alat bantu terutama dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan keuangan dalam perusahaannya serta melancarkan tugas-tugas manajemen khususnya dalam melaksanakan fungsi perencanaan (*planning*) dan pengawasan (*controlling*).

Akuntansi sering disebut sebagai “bahasa bisnis”, atau mungkin akan lebih tepat jika disebut “bahasa pengambilan keputusan”. Semakin dikuasai bahasa ini, semakin baik pula penanganan berbagai aspek keuangan dalam perusahaan. Defenisi akuntansi dapat dirumuskan dari dua sudut pandang, yaitu defenisi dari sudut pemakai jasa akuntansi dan dari sudut proses kegiatannya.

Ditinjau dari sudut pandang pemakainya, akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan perusahaan. Informasi yang dihasilkan oleh akuntansi diperlukan untuk:

1. Membuat perencanaan yang efektif, pengawasan dan pengambilan keputusan oleh wirausahawan.
2. Pertanggungjawaban perusahaan kepada para investor, kreditur, badan pemerintah dan sebagainya.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Akuntansi diselenggarakan dalam suatu organisasi (umumnya perusahaan), sehingga informasi yang dihasilkan adalah informasi tentang organisasi.
2. Informasi sangat penting dalam menyelenggarakan kegiatan perusahaan. Informasi ini digunakan dalam pengambilan keputusan intern organisasi oleh wirausahawan dan juga untuk pengambilan keputusan oleh pihak eksternal perusahaan, seperti investor dan kreditur.

Bila ditinjau dari sudut kegiatannya, akuntansi dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan data keuangan suatu organisasi. Defenisi ini menunjukkan bahwa kegiatan akuntansi merupakan tugas yang kompleks dan menyangkut bermacam-macam kegiatan. Pada dasarnya, akuntansi harus:

1. Mengidentifikasi data mana yang berkaitan atau relevan dengan keputusan yang akan diambil.
2. Memproses atau menganalisis data yang relevan.
3. Mengubah data menjadi informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Bagi wirausahawan, untuk mengendalikan kinerja keuangan perusahaan, biasanya terdapat 2 (dua) informasi penting yang dibutuhkan dalam setiap saat/periode, yaitu *besarnya harta perusahaan* dan *besarnya rugi atau laba yang diperoleh*. Informasi ini sangat penting untuk:

1. Mengetahui berapa jumlah modal yang telah diinvestasikan dalam perusahaan
2. Mengetahui perkembangan (maju mundurnya) perusahaan
3. Sebagai dasar untuk perhitungan pajak
4. Bahan untuk mengajukan permohonan kredit kepada perbankan atau pihak lain
5. Dasar untuk menentukan kebijakan yang akan ditempuh dalam perusahaan
6. Menarik para peminat saham, jika perusahaan berbentuk perseroan terbatas.

Untuk memperoleh informasi tersebut, maka wirausahawan harus menyelenggarakan catatan yang teratur mengenai transaksi-transaksi yang terjadi dalam perusahaannya. Transaksi yang dimaksud adalah peristiwa-peristiwa dalam perusahaan yang bersifat keuangan (finansial).

Agar dapat bermanfaat, maka informasi akuntansi harus disusun dan dilaporkan secara obyektif. Oleh karena itu, akuntansi keuangan harus didasarkan pada standar atau pedoman tertentu yang telah teruji dan dapat diterima secara umum. Terdapat banyak aturan yang terdapat dalam prinsip akuntansi, diantaranya:

1. *Konsep entitas* atau kesatuan usaha, bahwa suatu perusahaan atau bagian dari perusahaan yang berdiri sendiri, terpisah dari organisasi atau individu lain. Terdapat garis pemisah yang tegas antara kesatuan usaha yang satu dengan yang lain atau dengan pemiliknya sebagai pribadi. Kejadian keuangan yang menyangkut suatu kegiatan usaha, tidak boleh dicampur dengan kesatuan usaha lain atau dengan pemiliknya.
2. *Prinsip objektivitas*, maksudnya catatan dan laporan akuntansi harus didasarkan pada data yang bisa dipercaya, sehingga laporan menyajikan informasi yang tepat dan berguna. Data yang bisa dipercaya adalah data yang bisa diverifikasi (diperiksa kebenarannya). Oleh karena itu, catatan akuntansi harus didasarkan pada informasi yang berawal dari kegiatan yang didokumentasikan dalam bentuk bukti yang obyektif.
3. *Prinsip cost (biaya)*, prinsip yang menetapkan bahwa harta atau jasa yang dibeli atau diperoleh harus dicatat atas dasar biaya yang sesungguhnya. Meskipun pembeli tahu bahwa harga mungkin masih bisa ditawar, tetapi barang atau jasa yang dibeli akan dicatat dengan harga yang sesungguhnya disepakati dalam transaksi yang bersangkutan.

Yang perlu dipahami oleh seorang wirausahawan yang ingin menerapkan akuntansi dalam perusahaannya adalah bahwa jumlah harta yang dimiliki perusahaan selalu sama dengan hak perusahaan atas harta itu. Dalam hubungannya dengan sumber modal sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya, maka harta perusahaan dapat berasal dari pemilik perusahaan yang disebut *modal*, dan pinjaman dari luar yang disebut *kewajiban/utang*. Jika perusahaan hanya memanfaatkan harta yang berasal dari wirausahawan sendiri (tanpa menggunakan pinjaman), maka keadaan ini dapat dinyatakan dengan persamaan:

HARTA = MODAL

Jika perusahaan memanfaatkan harta yang selain berasal dari wirausahawan sendiri, juga memperoleh pinjaman untuk menutupi kekurangan modalnya, maka keadaan ini dapat dinyatakan dengan persamaan:

HARTA = KEWAJIBAN + MODAL

Hubungan ketiga komponen (HARTA, KEWAJIBAN dan MODAL) mencerminkan posisi keuangan perusahaan yang menjadi tolak ukur kesehatan keuangan perusahaan.

Hasil akhir dari sebuah proses akuntansi adalah laporan keuangan, sebagaimana fungsi utama akuntansi adalah menyajikan laporan-laporan periodik untuk kepentingan internal perusahaan (wirausahawan) dan eksternal perusahaan (investor, kreditur, pemerintah dan pihak-pihak lain). Laporan keuangan utama yang dihasilkan dari proses akuntansi adalah neraca dan laporan rugi-laba. Selain kedua laporan utama tersebut, maka pada pembelajaran ini disajikan pula Laporan Arus Kas (*cash flow statement*) yang menyajikan informasi penerimaan dan pengeluaran kas sebuah perusahaan dan suatu periode.

1. Neraca

Neraca (*balance sheet*) atau sering disebut juga laporan posisi keuangan, merupakan suatu daftar yang menggambarkan harta, kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada suatu periode tertentu (umumnya pada akhir tahun). Olehnya itu, neraca memuat:

1. Kelompok Harta (*assets*)
2. Kelompok Utang (*liabilities*) dan Modal (*capital*)

Karena jumlah harta yang dimiliki perusahaan selalu sama dengan hak perusahaan atas harta itu, maka neraca harus seimbang, sesuai dengan persamaan akuntansi:

HARTA = KEWAJIBAN + MODAL

Neraca memuat informasi Kelompok Harta/*assets* (*Aktiva*) dan Kelompok Utang/*liabilities* dan Modal/*capital* (*Passiva*) dengan pos-pos sebagai berikut:

A. Bagian Kelompok Harta/Assets (AKTIVA)

1. Harta Lancar (*current assets*)

Setiap harta perusahaan yang digunakan pada operasi perusahaan dalam jangka waktu relatif singkat (tidak lebih dari satu tahun) atau dengan kata lain perubahan dari uang tunai menjadi barang dan kembali menjadi uang tunai tidak lebih dari satu tahun. Harta lancar meliputi:

- Uang Tunai
(*cash*)

Meliputi uang dalam kas maupun rekening giro di bank dan harta lain yang dapat disamakan dengan uang kas, seperti cek, mata uang asing, dan sebagainya. Surat-surat berharga yang segera dapat dijual (*marketable securities*)

Surat-surat berharga yang dimaksud seperti saham yang diperdagangkan di bursa, obligasi, dan sebagainya.

- Wesel Tagih (*notes receivable*)

Merupakan piutang dengan surat perjanjian khusus yang menerangkan bahwa perusahaan akan menerima sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu.

Wesel tagih ini dapat dipindahtangankan kepada orang lain atau dijual kepada bank.

- *Kredit Modal Kerja*

Kredit ini merupakan kredit jangka pendek yang diperoleh dari lembaga keuangan yang masa pelunasannya kurang dari satu tahun. Kredit ini dialokasikan untuk membiayai operasi perusahaan, seperti membayar gaji karyawan, membeli bahan/barang dagangan, dan sebagainya.

- Penerimaan di Muka (*unearned income*)

Apabila perusahaan telah menerima uang di masa kini, namun penyerahan barang/jasa hasil produksi diserahkan dalam jangka waktu yang akan datang, maka perusahaan memiliki kewajiban yang disebut penerimaan di muka.

2. Utang Jangka Panjang (*long term liabilities*)

Utang yang kewajiban pelunasannya lebih dari satu tahun disebut utang jangka panjang. Utang ini meliputi:

- Obligasi (*bond payable*)

Utang jangka panjang dari perusahaan yang dibuktikan dengan surat-surat resmi yang disebut obligasi.

- Kredit Investasi (*investment credit*)

Kredit ini merupakan kredit jangka panjang yang diperoleh dari lembaga keuangan yang masa pelunasannya lebih dari satu tahun, utang ini biasanya dialokasikan untuk pengadaan harta tetap seperti tanah, bangunan, perlengkapan, mesin, dan sebagainya.

- Kredit Hipotik (*mortgage payable*)

Pinjaman yang menggunakan jaminan harta tetap perusahaan, dan pemberi pinjaman (kreditur) dapat mengajukan ke pengadilan untuk menjual harta yang wirausahawan jaminkan apabila wirausahawan yang bersangkutan sebagai peminjam (debitur) tidak dapat melunasi utangnya.

3. Modal (*capital*)

Merupakan hak wirausahawan sebagai pemilik perusahaan termasuk di dalamnya rugi/laba yang diraih perusahaan. Biasanya dalam neraca, modal dapat dicantumkan dengan modal akhir saja, sedangkan perhitungannya dicantumkan dalam laporan modal.

Bentuk neraca dapat dibedakan atas 2 (dua), yaitu bentuk-T (*T-form, account form*) dan bentuk laporan (*report form*). Pada bentuk-T, kelompok harta ditulis di bagian kiri, kelompok kewajiban dan modal ditulis di bagian kanan. Sedangkan pada bentuk laporan, kelompok harta ditulis di bagian atas, kelompok kewajiban dan modal ditulis di bagian bawah. Kedua bentuk neraca ini dapat dilihat pada Bingkai 7. Bingkai 7 Bentuk-bentuk Neraca

Bentuk-bentuk Neraca

PT. RAYHAN PUTRA

NERACA

Per 31 Desember 2012

AKTIVA	PASSIVA
1. Harta Lancar	1. Utang
2. Harta Tetap _____	2. Modal _____
Total Harta _____	Total Utang + Modal _____

Neraca bentuk T (*T-form, account form*)

PT. RAYHAN PUTRA

NERACA

Per 31 Desember 2012

<p>AKTIVA</p> <p>1. Harta Lancar</p> <p>2. Harta Tetap _____</p> <p style="text-align: right;">Total Harta _____</p>	<p>PASSIVA</p> <p>1. Utang</p> <p>2. Modal _____</p> <p style="text-align: right;">Total Utang + Modal _____</p>
---	---

Neraca bentuk Laporan (*report form*)

2. Laporan Rugi-Laba

Bila hanya melihat neraca saja, wirausahawan belum dapat mengetahui sebab-sebab terjadinya keuntungan atau kerugian perusahaannya. Oleh karena itu perlu disusun laporan lain yang memberikan informasi tentang hasil penjualan produk beserta biayanya yang dibuat secara berkala (per tahun, per bulan atau sesuai dengan kebutuhan). Laporan ini yang disebut dengan laporan rugi-laba (*income statement*). Laporan rugi laba memiliki 2 (dua) jenis bentuk perhitungan, yakni bentuk perhitungan langkah tunggal (*single step*) dan bentuk perhitungan langkah ganda (*multiple step*).

Bentuk perhitungan langkah tunggal (*single step*) cukup sederhana dengan mengumpulkan berbagai pendapatan dan menjumlahkannya, kemudian berbagai jumlah biaya juga dikumpulkan dan dijumlahkan. Selisihnya menghasilkan laba atau rugi. Bentuk perhitungan langkah ganda (*multiple step*) dilakukan dengan:

- Hitung dulu laba kotornya (*gross profit on sales*) dengan mencari selisih hasil penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan (HPP).
- Setelah itu, hitung biaya operasi (*operating expenses*) yang diperinci menjadi biaya penjualan (*selling expenses*) dan biaya umum/administrasi (*general/administrative expenses*).

- c. Terdapat perbedaan perhitungan HPP antara perusahaan perdagangan/manufaktur/pabrikasi/pengolahan. Hal ini diuraikan, sebagai berikut:

c. Terdapat perbedaan perhitungan HPP antara perusahaan perdagangan/manufaktur/pabrikasi/pengolahan. Hal ini diuraikan, sebagai berikut:

Perusahaan jenis ini melaksanakan aktifitasnya dengan membeli produk dan menjualnya kembali. Perhitungan HPP-nya adalah, sebagai berikut:

Dimana:

- Persediaan awal adalah nilai persediaan per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Pembelian bersih adalah nilai pembelian selama 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
 - Persediaan akhir adalah nilai persediaan per tanggal 31 Desember tahun berjalan

Perusahaan jenis ini melakukan aktifitasnya dengan membeli berbagai bahan, kemudian memprosesnya menjadi produk. Olehnya itu perhitungan HPP-nya dilakukan sebagai berikut:

Dimana:

- Persediaan awal barang jadi adalah nilai persediaan awal produk per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Harga Pokok Produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk
- Persediaan akhir barang jadi adalah nilai persediaan akhir produk per tanggal 31 Desember tahun berjalan

$$Di \quad HP. \text{ Prod.} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Barang}} \frac{1}{2} \text{ jadi} + \text{Bahan} \text{ Mentah yang} \text{ + Upah} \text{ + Biaya} \text{ - Persec} \\ \text{dipakai} \text{ Langsung} \text{ Umum} \text{ Akhir B.} \\ \text{Pabrik} \quad \frac{1}{2} \text{ j}$$

mana:

- Persediaan barang setengah jadi adalah nilai persediaan produk setengah jadi per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Bahan mentah yang dipakai adalah nilai seluruh bahan baku langsung yang digunakan dalam proses produksi selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Upah langsung adalah nilai upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Biaya umum pabrik adalah nilai dari seluruh biaya bahan penolong, tenaga kerja tidak langsung dan biaya pabrik lainnya yang digunakan dalam proses produksi selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Persediaan akhir barang setengah jadi adalah nilai persediaan produk setengah jadi per tanggal 31 Desember tahun berjalan

Jumlah bahan mentah yang dipakai dalam proses produksi selama setahun berjalan, dihitung dengan cara:

Dimana:

- Persediaan awal bahan adalah nilai persediaan awal bahan per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Pembelian bahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
 - Persediaan akhir bahan adalah nilai persediaan akhir bahan per tanggal 31 Desember tahun berjalan.

[illegible]

Contoh Format

PUTRA IKHTISAR HPP

2011

- | | |
|-------|--|
| I. | PERSEDIAAN AWAL BARANG (1 Januari 2011) |
| II. | PEMAKAIAN BAHAN |
| 1. | Persediaan awal bahan |
| 2. | Pembelian bahan |
| 3. | Bahan yang tersedia (1 + 2) |
| 4. | Persediaan Akhir Bahan |
| 5. | Total Pemakaian Bahan (3 – 4) |
| III. | UPAH LANGSUNG |
| IV. | BIAYA UMUM PABRIK |
| 6. | Upah tidak langsung |
| 7. | Biaya pemeliharaan |
| 8. | Penyusutan mesin dan gedung |
| 9. | Asuransi |
| 10. | Biaya lain-lain |
| 11. | Total Biaya Umum Pabrik (6 + 7 + 8 + 9 + 10) |
| V. | JUMLAH BIAYA PRODUKSI (II + III + IV) |
| VI. | HARGA BAHAN YANG DIOLAH (I + IV) |
| VII. | PERSEDIAAN AKHIR BARANG (31 Desember 2011) |
| VIII. | HPP (VI – VII) |

3. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas (*statement of cash flow*) adalah laporan keuangan yang memperlihatkan penerimaan kas (*cash in flow*) dan pengeluaran kas (*cash out flow*) perusahaan selama satu periode waktu. Tujuan utama laporan arus kas adalah untuk menyediakan informasi perihal penerimaan dan pengeluaran kas sebuah perusahaan selama periode akuntansi. Tujuan sampingannya adalah memasok informasi tentang aktifitas-aktifitas operasi, investasi, dan pendanaan selama periode akuntansi. Beberapa informasi seperti itu sebenarnya dapat diperoleh dengan membaca laporan keuangan, namun laporan arus kas memberikan gambaran segala transaksi yang mempengaruhi kas.

Wirausahaan memiliki tanggung jawab atas perencanaan bagaimana dan kapan kas akan diperoleh dan dipakai. Manakala arus keluar kas yang dianggarkan lebih besar ketimbang arus kas masuk yang dianggarkan, wirausahawan sepatutnya memutuskan apa yang seharusnya dilakukan terhadap hal tersebut. Kadangkala wirausahawan mendapat kucuran dana atau melepas beberapa harta. Sekali waktu wirausahawan juga membatasi kegiatan-kegiatan yang dianggarkan dengan merevisi rencana-rencana kegiatan perusahaan, investasi baru ataupun pelunasan pinjaman. Apapun keputusan yang diambil, tujuannya adalah untuk menyeimbangkan kas yang tersedia dan kebutuhan dana tunai.

Analisis Rasio Keuangan Perusahaan

Untuk mengetahui apakah usaha yang dirancang layak secara finansial, maka perlu pula dilakukan analisis untuk mengetahui sampai sejauhmana perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendek dan/atau jangka panjangnya, kemampuan dalam mengalokasikan dana secara efisien dan efektif, dan tentunya kemampuan dalam memberikan keuntungan. Berikut ini beberapa alat analisis yang dapat digunakan, yaitu:

A. Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban/utang jangka pendek (liquid).

a. Rasio Lancar

$$\frac{\text{Harta Lancar}}{\text{Utang Lancar}} = a \text{ kali}$$

Artinya, setiap Rp 1 Utang Lancar, akan tersedia sebesar a kali Harta Lancar

r b. Rasio Cair

$$\frac{\text{Harta Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} = a \text{ kali}$$

Artinya, setiap Rp 1 Utang lancar, akan tersedia sebesar a kali Harta Lancar di luar persediaan

Rasio Solvabilitas

Rasio Solvabilitas berguna untuk mengukur kemampuan dalam memenuhi perusahaan semua kewajiban/utang (jangka panjang dan jangka pendek).

a. Rasio Harta atas Utang

$$\frac{\text{Jumlah Harta}}{\text{Jumlah Utang}} = a \text{ kali}$$

b. Resiko Utang

$$\frac{\text{Jumlah Utang}}{\text{Jumlah Harta}} \times 100 = \dots \%$$

C. Rasio Aktifitas/Efektifitas/Produktivitas

Rasio aktivitas/efektifitas/produktivitas berguna untuk mengukur kesibukan, keaktifan atau produktifitas modal yang dimiliki.

a. Perputaran Harta

$$\frac{\text{Jumlah Penjualan}}{\text{Jumlah Harta}} = a \text{ kali}$$

Catatan : Makin tinggi perputaran harta, berarti aktifitas/efektifitas/produktivitas usaha semakin baik

b. Perputaran Modal Kerja

$$\frac{\text{Jumlah Penjualan}}{\text{Modal Kerja (Harta Lancar)}} = a \text{ kali}$$

Catatan : Makin tinggi perputaran modal kerja, berarti semakin aktif, efektif,

f. Jangka Waktu Penagihan

12 bulan

Perputaran Piutang

= ...bulan

atau

360 hari

Perputaran Piutang

= ...hari

D. Rasio Profitabilitas/Laba

Rasio Profitabilitas/laba berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

a. Profit Margin/Margin Laba

Laba Operasi

Penjualan

x 100 = ...%

b. Laba atas Harta Operasi (Return on Asset-ROA)

Laba Operasi

Harta Operasi

x 100 = ...%

Catatan : Harta Operasi = besarnya investasi dalam perusahaan

- Harta Perusahaan yang dipakai
- Harta Lancar

Jika Laba atas Harta Operasi lebih besar (>) dari tingkat bunga yang berlaku, maka penggunaan modal pinjaman menguntungkan bagi perusahaan, dan sebaliknya jika Laba atas Harta Operasi lebih kecil (<) dari tingkat bunga yang berlaku, maka penggunaan modal sendiri lebih menguntungkan perusahaan.

c. Laba atas Modal Sendiri

Laba Bersih

Modal Sendiri

x 100 = ...%

Catatan : Jika Laba atas Modal Sendiri lebih kecil (<) dari tingkat bunga yang berlaku, maka modal sendiri lebih baik ditabung di bank karena lebih menguntungkan perusahaan, dan sebaliknya jika Laba atas Modal Sendiri lebih besar (>) dari tingkat bunga yang berlaku, maka penggunaan modal sendiri lebih baik digunakan sebagai modal perusahaan karena lebih menguntungkan perusahaan.

Rasio Efisiensi/Biaya

Rasio Efisiensi/Biaya berguna untuk mengukur efisiensi yang dikeluarkan oleh biaya perusahaan.

a. Rasio Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi

Penjualan Bersih

x 100= ...%

b. Rasio Pemasaran

Biaya Pemasaran

Penjualan Bersih

x 100= ...%

c. Rasio Biaya
Administrasi

RANCANGAN USAHA

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah akan dapat menyusun laporan rancangan usaha sesuai dengan gagasan usaha yang dipilihnya.

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan tentang arti dan pentingnya rancangan usaha
2. Menjelaskan tentang format rancangan usaha

2x50

1. Pengertian tentang arti dan pentingnya rancangan usaha
2. Konsep tentang format rancangan usaha

1. Brainstorming dengan hasil review dari mahasiswa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya mempelajari paket

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motivasi bagi mahasiswa

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Membuat catatan penting

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan di dinding kelas/papan tulis
4. Setiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Ringkasan

Latihan

REFERENSI

- [digilib.uinsby.ac.id](#)

TEKNIK PRESENTAI

- Bagaimana saya dapat membuat presentasi yang menarik?
- Seberapa banyak yang telah diketahui audiens tentang pokok permasalahan yang akan dipresentasikan?
- Apakah audiens memiliki latar belakang pengetahuan yang diperlukan terkait dengan materi presentasi?

2. Menyusun kerangka presentasi

Penyajian presentasi seharusnya terstruktur, agar audiens tertarik mendengarkan apa yang kita presentasikan. Olehnya itu, presenter sebaiknya menyusun pokok-pokok yang disampaikan beserta hubungan logis di antara pokok-pokok tersebut. Pokok-pokok materi dapat diperoleh dengan memecah sasaran yang telah ditetapkan menjadi sebuah daftar sasaran-sasaran, dan daftar inilah yang menjadi kerangka presentasi. Kerangka presentasi merupakan serangkaian bagian yang saling terjaln dan secara logis dapat berdiri

sendiri. Bagian-bagian yang saling terjalin, pada akhirnya harus saling berkaitan dengan sasaran yang ingin dicapai. Olehnya itu, dalam menyusun struktur presentasi, hal-hal yang perlu direncanakan adalah:

a. Struktur pokok pembahasan

Pembicaraan pada presentasi akan lebih efektif apabila presenter menyampaikan tema tunggal yang konsisten, sasarannya jelas, serta bagian-bagiannya dapat didefinisikan dan dapat dipahami oleh audiens. Untuk itu, sebelum melakukan presentasi, presenter perlu membuat skema yang terkait dengan pokok pembahasan. Skema dapat dibuat dengan pola *mind mapping* atau garis besar (*outlining*). Lakukan diskusi dengan diri sendiri dan bantuan rekan-rekan untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu dalam pembuatan skema.

b. Struktur bagaimana mempresentasikannya

Sebelum melakukan presentasi, presenter perlu pula menyusun rencana presentasi dengan struktur:

- **Introduksi** (awal), meliputi cara kontak dengan audiens, memperkenalkan pokok pembicaraan dan menyatakan tema utama.
- **Pengembangan** (tengah), meliputi cara menyampaikan dan menjelaskan tema utama dan argumen-argumennya.
- **Kesimpulan** (akhir), meliputi mcara merangkum tema utama dan jika perlu cara memberikan rekomendasi.

3. Mengenal audiens

Terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh presenter dalam menghadapi audiens, yakni suasana hati dan keterbukaan serta hubungan sosial dengan audiens.

a.
Suasana hati

Audiens yang hadir mengikuti presentasi memiliki tipe yang berbeda-beda, ada yang hadir dengan kesadaran sendiri, ada pula yang hadir karena terpaksa, atau malah kombinasi dari keduanya. Olehnya itu, sebagai seorang presenter perlu mengetahui kategori yang mana yang mendominasi tipe audiens yang hadir. Teknik yang dapat

digunakan untuk memahami tipe audiens, adalah:

- Gunakan menit-menit awal untuk memahami audiens
 - Gunakan pendekatan yang berbeda-beda untuk mengetahui respon audiens
 - Memancing pertanyaan atau komentar audiens
- Lanjutkan presentasi berdasarkan umpan balik

b. Hubungan Sosial

Menyangkut pertimbangan berbagai kelompok orang yang mungkin menjadi audien presentasi. Kelompok-kelompok tersebut dapat dikategorikan, sebagai berikut:

- *Atasan*, merupakan kelompok audiens yang mungkin paling menakutkan, karena pertimbangan-pertimbangan psikologis bahwa audiens adalah orang yang lebih tinggi kelasnya dari pada presenter. Olehnya itu, ada beberapa tips yang perlu dilakukan:
 - Ingat kelebihan yang dimiliki, bidang keahlian, waktu yang diberikan untuk mempersiapkan diri, dukungan dari atasan agar dapat menyajikan presentasi dengan baik
 - Benar-benar siap
 - Yakinlah
 - Menyajikan dengan ringkas
 - Akurat
 - Jujur dan jangan berlagak
 - Bersikap positif
 - Jangan mengharapkan ucapan selamat atau persetujuan di akhir presentasi
- *Sejawat/selevel*, merupakan kelompok yang mungkin paling sulit, karena bisa jadi mereka memiliki kepentingan tertentu yang dapat digunakan untuk menjatuhkan citra diri presenter, terutama terkait dengan persaingan. Tips yang dapat dilakukan:
 - Bersikap profesional
 - Melakukan persiapan yang matang, bukan untung-untungan
 - Jangan memberi kesan bahwa presenter tahu banyak mengenai suatu bidang, namun kenyataanya tidak yakin akan fakta-faktanya.
 - Bila memiliki dasar yang jelas, bersikap positiflah tanpa agresif dan terlalu protektif.
- *Bawahan*, merupakan kelompok yang menentukan pendekatan terhadap masalah presentasi. Tips yang perlu dilakukan dalam menghadapi kelompok ini, adalah:
 - Jangan menilai mereka seperti biasanya (sehari-hari)
 - Jangan mengira bahwa hanya sedikit yang harus dipelajari
 - Profesional
 - Antusias
 - Bersikap wajar tanpa merendahkan

4. Menentukan pendekatan presentasi

Pendekatan yang digunakan dalam presentasi perlu pula direncanakan sebelum presentasi dilaksanakan. Pendekatan yang digunakan tergantung kondisi audiensnya, namun yang umum adalah bersikap wajar dan tulus, jangan bersikap sebagai orang lain, berbicaralah berdasarkan pengalaman pribadi, bersikap antusias, bersikap menyenangkan dan bersahabat, dan gunakan humor pada tempatnya. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah menyangkut waktu presentasi, komentar yang diperlukan, informasi data statistik yang mendukung, penggunaan kalimat pembuka yang efektif, bahasa dan gaya bahasa, pilihan kata, serta adanya keterkaitan antara data yang disajikan dengan fakta. Untuk itu, sebelum

melakukan presentasi, presenter perlu membuat catatan-catatan kecil dan terus berlatih.

10.5. Sebelum Melakukan Presentasi

Pada hari dimana presentasi akan dilaksanakan, seorang presenter perlu melakukan persiapan-persiapan. Apa saja yang perlu dipersiapkan? Untuk menjawab pertanyaan ini, maka berikut ini diuraikan beberapa tips yang perlu diperhatikan:

- a. Sebelum berangkat ke lokasi presentasi
 - Perjelas alamat tempat/lokasi presentasi
 - Persiapkan naskah presentasi dan catatan-catatan penting lainnya
 - Persiapkan perlengkapan yang perlu di bawa dari rumah
- Penampilan, meskipun presenter tidak dinilai dari penampilannya, namun sering kata-kata yang diucapkan akan didengar dan diterima tergantung bagaimana presenter berpenampilan. Olehnya itu, gunakan pakaian yang nyaman sesuai dengan situasi, bersih dan rapih, tidak menggunakan sesuatu yang dapat membuyarkan perhatian audiens (seperti asesoris yang berlebihan, parfum yang menyengat, pakaian yang menyolok), serta tidak menggunakan sesuatu yang dapat menimbulkan bahwa presenter mempunyai kebiasaan buruk dalam sesuatu hal.
- b. Setelah sampai di lokasi presentasi

Adalah sangat penting memberikan suasana nyaman dalam ruangan tempat melakukan presentasi, olehnya itu perlu diperiksa suhu dan sirkulasi udara ruangan, pengaturan tempat duduk (terkait dengan jumlah, letak, dan kenyamanan), pencahayaan ruangan, gangguan dari suara lain, serta media audio visual yang akan digunakan.

Sebelum melakukan presentasi, sering presenter diliputi oleh kegelisahan dan kecemasan yang luar biasa. Olehnya itu kegelisahan dan kecemasan perlu dikendalikan. Pada dasarnya kegelisahan dan kecemasan adalah hal yang wajar, karena kelenjar adrenalin bekerja yang berarti bahwa pikiran dan tubuh bekerja dengan baik. Justru yang menjadi masalah ketika tidak ada kegelisahan dan kecemasan, karena ini berarti bahwa tidak ada kesungguhan dalam melaksanakan tugas presentasi. Sebaliknya kegelisahan dan kecemasan yang berlebihan membuat presenter terganggu pada saat presentasi yang dapat dilihat dari penampilan fisik berupa tangan gemetar, suara serak, kering dan tidak meyakinkan, salah tingkah pikiran kosong dan kadang lupa diri.

Olehnya itu, kegelisahan dan kecemasan ini perlu dikendalikan, karena pada dasarnya kegelisahan dan kecemasan akan meningkatkan kualitas apa yang akan diucapkan dan bagaimana mengucapkannya. Beberapa tips mengendalikan kecemasan dan kegelisahan:

- Sebelum berdiri menyajikan presentasi, cobalah mengatakan sesuatu yang tidak ada hubungannya dengan presentasi
 - Aturlah pernapasan
 - Hilangkan rasa tegang pada leher dan wajah
 - Pandanglah sekeliling, bangun kontak mata dan tersenyumlah
 - Berlatih

Melaksanakan Presentasi

Pada saat presentasi dilaksanakan, beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh

presenter, yaitu:

a. Penyajian Informasi Visual

Penyajian informasi yang jelas dan ringkas akan memudahkan audiens memahami apa yang disampaikan oleh presenter. Informasi visual dapat menggunakan bentuk tampilan berupa tulisan dan gambar. Gambar yang ditampilkan dapat berupa tabel, diagram, grafik, peta atau karikatur terkait dengan materi yang disampaikan.

Informasi visual yang disajikan sebaiknya bersifat informatif (relevan dengan keterangannya, sesuatu hal yang baru, dan menonjolkan sesuatu yang ingin ditekankan), manusiawi (menjaga perasaan siapa saja yang hadir) dan konsisten (materi yang dibagikan kepada audiens sama dengan yang disajikan).

Penyajian secara visual akan memberikan nilai lebih kepada presentasi melalui beberapa cara, yaitu:

- Memperkuat komentar
- Mempertahankan fokus perhatian audiens dengan memberi variasi
- Membuat kata-kata mudah dimengerti
- Mengurangi jumlah kata yang harus diucapkan

b. *Penggunaan Media audio Visual*

Kegiatan presentasi sebaiknya memanfaatkan sarana media audio visual yang tersedia. Media audio visual dapat berupa *OHP*, *LCD*, *flipchart*, papan tulis, maket dan sebagainya. Penggunaan sarana presentasi akan memudahkan presenter dalam menyajikan materinya, mengkomunikasikan konsep-konsep yang sulit, memperluas jangkauan pokok bahasan, memberi nilai tambah bagi informasi, disamping itu akan memudahkan audiens dalam memahami apa yang disampaikan oleh presenter dan tentunya dapat mempersingkat waktu. Dalam penggunaan media audio visual, perlu diperhatikan jumlah dan kompleksitas informasi yang akan disajikan, jumlah dan komposisi audiens, serta fasilitas yang tersedia di tempat presentasi.

c. Penampilan

Penampilan pada saat melaksanakan presentasi juga sangat mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan presentasi. Olehnya itu, kembangkanlah gaya atau penampilan diri sendiri dengan segala cara, namun tetap berpedoman pada aturan main untuk bersikap profesional yang telah diterima umum. Hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- Berdiri dan tataplah audiens
- Jika melakukan aktifitas membalikkan badan (menulis atau menatap ke tempat lain), jangan melakukannya sambil berbicara lancar.
- Usahakan tidak membungkuk, bersandar dan menggerakkan tangan/lengan bila tidak perlu
 - Hindari gerakan-gerakan yang akan mengganggu perhatian audiens
- Tataplah mata audiens satu per satu secara bergantian

d. Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh meliputi ekspresi wajah yang dapat menggambarkan perasaan, postur tubuh yang dapat menggambarkan kecenderungan sikap dan keadaan emosi, serta gerakan anggota tubuh yang dapat menggambarkan tekanan pada apa yang ingin disampaikan.

- Bola mata bergerak ke atas = berkonsentrasi untuk memberi jawaban
- Mengepalkan kedua tangan di meja = sikap yang tidak bisa ditawar mengenai pokok pembicaraan

e. *Suara*

Suara presenter juga mempengaruhi keberhasilan presentasi. Hal-hal yang terkait dengan penggunaan suara saat presentasi yang perlu dipahami oleh presenter yang dikenal dengan PAPERS, diuraikan sebagai berikut:

1. *Projection/Proyeksi*
 - Suara terdengar (terarah) sampai ke belakang tanpa berteriak
 - Meninggikan suara pada saat memberikan penekanan pada sesuatu
2. *Articulation/Artikulasi*
 - Bicara yang jelas
 - Berilah perbedaan yang jelas pada kata-kata yang kedengarannya sama ketika diucapkan, padahal artinya lain sama sekali
3. *Pronunciation/Lafal ucapan*
 - Setiap orang memiliki logat sendiri-sendiri dan menjadi daya tarik tersendiri.
Dengan sedikit variasi untuk menjadikan suara lebih hidup, asal tidak menggunakan dialek daerah, perhatian audiens akan tetap terjaga
 - Hati-hati mengucapkan kata yang sulit diucapkan (misalnya kata asing)
4. *Enunciation/Pengucapan*
 - Berilah tekanan pada kata-kata kunci, suku-suku kata dan frase-frase
 - Ucapkan huruf hidup dengan amat panjang untuk menambah —warna—, serta menekankan otoritas terhadap apa yang harus dikatakan. Misalnya: baaaaaaiiiiik.....
5. *Repetition/Pengulangan*
 - Jangan ragu untuk mengulangi kata-kata, terutama jika menggunakan irama dan nada yang berbeda
 - Pengulangan bertujuan untuk penekanan kata
6. *Speed/Kecepatan*
 - Kecepatan yang baik adalah sekitar 110 kata/menit
 - Hindari mengucapkan kata: ...eng... di antara kalimat yang diucapkan
 - Gunakan jeda yang tepat (tidak terlalu lama)

Rangkuman

Setelah mengikuti materi pada pembelajaran ini, mungkin kita telah memperoleh pencerahan bahwa ternyata melaksanakan presentasi bukanlah sesuatu yang seperti kita sangka selama ini. Umumnya dari berbagai presentasi yang dilakukan oleh mahasiswa, berdasarkan pengamatan dan pengalaman menggunakan teknik presentasi sebagai metode pembelajaran, mahasiswa telah merasa sudah siap melakukan presentasi apabila materinya telah dituangkan ke dalam tampilan slide *power point*. Menuliskan apa yang harus dibaca ketika melakukan presentasi. Jika demikian, apa bedanya presenter dengan pembaca berita di stasiun televisi yang menggunakan *telefronter*?

Selain itu, dalam kaitannya dengan pembelajaran Kewirausahaan-1 ini, salah satu aspek yang dievaluasi adalah presentasi gagasan usaha. Olehnya itu, gagasan usaha yang dirancang tidak hanya dituangkan ke dalam bentuk laporan, namun juga perlu dipresentasikan. Dengan presentasi, dosen/tutor pendamping dapat melakukan evaluasi terhadap penguasaan terhadap tugas-tugas pembelajaran yang telah diberikan dalam setiap minggu dan aspek-aspek lain yang merupakan penilaian dalam kegiatan presentasi.

Persiapkan materi rancangan usaha Anda untuk dipresentasikan di hadapan peserta mata kuliah yang lain, dosen dan tutor pendamping.

Basyuni, A. 2009. *Teknik Presentasi Efektif*. Materi yang disampaikan pada Diklatpim IV RRI pada tanggal 19 Februari 2009 di Jakarta. (www.elearning-rri.net/materipimiv/pres_efektif.pp)